

Membre de l'université Paris Lumières

## Loréna Clément

### **L'entrepreneuriat pour tous dans les quartiers**

*Mise en œuvre et effets socio-spatiaux de l'accompagnement à la  
création et au développement d'activité en politique de la ville*

*Plaine Commune et Nantes Métropole*

Thèse présentée et soutenue publiquement le 09/05/2022

en vue de l'obtention du doctorat en aménagement et urbanisme de l'Université Paris Nanterre  
sous la direction de Mme Marie-Hélène BACQUÉ (Université Paris Nanterre)  
et de Mme Isabelle GÉNEAU DE LAMARLIÈRE (Université Paris 1 Panthéon Sorbonne).

Jury :

Co-directrice :	Mme Marie-Hélène Bacqué	Professeure des universités – aménagement et urbanisme - Université Paris Nanterre
Membre du jury :	M. Eric Charmes	Directeur de recherche – géographie et aménagement - ENTPE
Co-directrice :	Mme Isabelle Géneau de Lamarlière	Maîtresse de conférence - géographie et aménagement – Université Paris 1 Panthéon Sorbonne
Rapporteur :	M. Olivier Germain	Professeur des universités – sciences de gestion - UQAM
Membre du jury :	Mme Claire Hancock	Professeure des universités – géographie - UPEC
Rapporteuse :	Mme Christine Lelévrier	Professeure des universités – aménagement et urbanisme - UPEC
Membre du jury :	Mme Julie Tixier	Maîtresse de conférence – sciences de gestion – Université Gustave Eiffel



# Résumé

Au regard des discours médiatiques qui promeuvent l'entrepreneuriat comme acte de liberté, la thèse vise à comprendre ce que désigne et produit la politique publique d'« entrepreneuriat pour tous » mise en œuvre dans des territoires marqués par la précarité socio-économique. Elle interroge le principe d'égalité des chances prôné dans l'accompagnement à la création et au développement d'activité en politique de la ville en étudiant l'accès des individus aux ressources entrepreneuriales proposées par les acteurs institutionnels locaux ainsi que leurs effets sur leurs capacités d'action. En filigrane, elle questionne l'existence de spécificités entrepreneuriales dans les quartiers prioritaires en termes de profils, d'objectifs, et de modes d'accompagnement.

L'analyse des effets locaux d'une politique d'aménagement territorial alimente la réflexion générale sur le rôle de l'action publique dans la production des inégalités sociales et urbaines. Fondés sur une enquête qualitative menée dans deux terrains d'étude, les résultats révèlent le caractère structurellement paradoxal du soutien à l'entrepreneuriat en politique de la ville. Celui-ci vise des objectifs sociaux plus qu'économiques en s'adressant à tous. Il s'agit d'adapter l'accompagnement aux spécificités des publics minorés dans le but de les acculturer et de les intégrer au monde de l'entrepreneuriat formel. Pour autant, ces publics variés accèdent différemment aux ressources entrepreneuriales proposées, ce qui renforce les écarts sociaux. Il n'empêche que l'ensemble des individus accompagnés vit l'entrepreneuriat comme une démarche libératrice malgré les peines qu'elle occasionne.

Mots-clefs : entrepreneuriat, accompagnement, politique de la ville, quartier, égalité.

# Abstract

Entrepreneurship for all in poor areas

Production and socio-spatial effects of business support in a french urban policy

Nantes Métropole and Plaine Commune.

Facing media discourses promoting entrepreneurship as freedom, the thesis studies the meanings and the effects of an entrepreneurship democratization french public policy which takes place in poor areas. It questions its principle of equal opportunities by analyzing people's acces to entrepreneurial resources which are offered by local institutions and their empowerment effects. It questions between the lines the existence of specific profiles, goals, and modes of business support in these poor areas.

This urban policy analysis stimulates reflection on public action in the production of social and urban inequalities. Based on qualitative survey in two places, results show paradoxes in the entrepreneurial support urban policy. This one pursuits social more than economic goals by targeting everyone. It adapts its support to overpowered people in order to acculturate and integrate them into the world of formal entrepreneurship. However, these various people access differently to entrepreneurial ressources, which reinforces social gaps. Nevertheless, they all experience entrepreneurship as liberating despite their pains.

Keywords : entrepreneurship, business support, urban policy, poor areas, equality.

Thèse réalisée à l'UMR LAVUE – 7218 CNRS, Université Paris Nanterre, Bâtiment M. Weber - SHS - 4e étage, 200 avenue de la République, 92001 Nanterre.

# Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mes directrices de thèse, Marie-Hélène Bacqué et Isabelle Généau de Lamarlière, qui m'ont laissé mener ma barque tout en étant présentes lorsque je commençais à prendre l'eau. Merci encore de m'avoir lue, et relue, et rerevue.

Un merci également à l'équipe Mosaïques du LAVUE et aux membres du département de géographie-aménagement de l'Université de Paris Nanterre pour leur entraide professionnelle et les moments partagés en salle de convivialité. Ils m'ont rappelé la force du collectif. Une dédicace particulière à Céline Campagne.

Un grand merci surtout à l'équipe de doctorantes et doctorants de Mosaïques, que ce soit les « anciens » comme Adrien, Camille, Romain, Selin, Jérémy, David, Imane, Yun, et Alice ou les « nouveaux » comme Manons, Magali, Nolan, et Arthur. Les longs débats sur les affiches infantilissantes et les apéros au rhum sont gravés dans ma moëlle.

Un merci aussi aux étudiantes et étudiants que j'ai eu le plaisir de croiser en cours.

Je tiens évidemment à remercier chaleureusement l'ensemble des acteurs de terrain qui ont rendu ce travail de thèse possible en m'ouvrant avec amabilité les portes de leurs activités. Les conseillers des structures d'accompagnement étudiées m'ont toujours bien reçue. J'espère continuer nos échanges dans les années à venir. Il en va de même pour les acteurs des collectivités territoriales et pour les acteurs des organismes nationaux que j'ai rencontrés.

Un grand merci surtout aux entrepreneuses et entrepreneurs qui ont pris le temps de raconter leur parcours et de montrer leur activité, alors que le temps est un élément précieux qui leur manque souvent. Vous avez enrichi mon existence de belles rencontres humaines.

Je tiens enfin à remercier ma famille et mes amies qui ont accepté de me fréquenter en dehors du rythme quotidien des 7 heures de travail que j'imposais : vous êtes le chocolat et le fromage de ma vie ! Un merci à...

...tous les Dionysiens qui ont adouci l'isolement du confinement, du vendeur de cuisses de poulets transgéniques à la sauvage *dream team* du non-club de handball. Une spéciale dédicace au trio des Bermudes Lichi-Justine-Suzie.

... toutes les amies et amis que j'ai rencontrés pendant mes trois premières décennies : les camarades de sujet de thèse Alexandre et Clara ; les potos de Paris 1 Max-le-cycliste et

Louise-la-squatteuse ; la bande de géographes et affiliées qui a convergé à Lyon pour mieux s'éparpiller : Alice, Clémence, Élise, Emmanuelle, Gary, Léa, Magali, Malorie, Natacha ; Émilie l'amie de prépa qui donnerait presque envie de se marier ; les fausses Raincéennes mais les vraies amies proches Anne Quan, Anne Sivan, Emma, et Kieu-Mai, avec une mention spéciale pour Aurélien qui m'a supportée et soutenue pendant (presque !) 7 ans ; les MAM de Gagny Manon et Marion qui sont mes piliers ; Roxane de qui je garderai éternellement les lettres Diddl.

... la famille élargie des moments festifs, mes grands-parents combatifs, mes parents toujours aimants, Nono et Juju pour tous les fat repas et les joies débiles partagés.

... Robing qui m'a rejointe dans la dernière ligne droite mais que je compte bien embêter encore un moment.

A défaut d'écrire à chacun la *punchline* qu'il mérite, je vous déclame un collectif : JE VOUS KIFFE GRAVE SA RACE ! Ou dit encore autrement : COEUR COEUR D'AMOUR !

# Sommaire

Résumé.....	3
Abstract.....	4
Remerciements.....	5
Sommaire.....	7
Introduction.....	9
<b>PARTIE I : ETUDIER L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL EN QUARTIERS PRIORITAIRES.....</b>	<b>13</b>
Chapitre 1 : une politique récente d'égalité des chances.....	17
Chapitre 2 : une approche qualitative sur deux terrains d'étude.....	73
<b>PARTIE II : UN ACCOMPAGNEMENT POUR TOUS EN DEMI-TEINTE.....</b>	<b>111</b>
Chapitre 3 : un entrepreneuriat hétérogène marqué par des rapports sociaux inégalitaires.....	115
Chapitre 4 : Un accompagnement entrepreneurial adapté en partie au contexte social des QPV.....	171
Chapitre 5 : Des politiques locales qui atténuent peu les inégalités d'accès aux ressources pour entreprendre.....	235
<b>PARTIE III : UNE RECONNAISSANCE PARTIELLE DES EXPERIENCES ENTREPRENEURIALES.....</b>	<b>287</b>
Chapitre 6 : Un empowerment de l'entrepreneur en pointillé.....	293
Chapitre 7 : Des expériences de travail entre liberté et contrainte.....	329
Chapitre 8 : Une reconnaissance différenciée dans l'espace urbain.....	367
Conclusion.....	415
Bibliographie.....	421
Annexes.....	441
Index des acronymes.....	463
Table des annexes.....	467
Table des cartes.....	468
Table des encadrés.....	469
Table des illustrations.....	472
Table des tableaux.....	474
Table des matières.....	475



# Introduction

En 2019, la Banque Publique d'Investissement (BPI), l'organisme de financement et de développement des entreprises, lance sa tournée nationale pour exposer le programme « Entrepreneuriat pour tous » en France. Lors d'une soirée étape organisée au Dock B de Pantin<sup>1</sup>, le ministre de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales Julien Denormandie présente l'entrepreneuriat comme « quelque chose de fabuleux » qui est accessible à toute personne volontaire. Il cite René Char pour appuyer son propos : « impose ta chance, serre ton bonheur et va vers ton risque » (juillet 2019). L'engouement d'acteurs politiques nationaux à affirmer que l'entrepreneuriat est une démarche méritocratique qui permet aux personnes de s'épanouir est partagé par des célébrités issues de banlieue qui en symbolisent la réussite. Le rappeur et réalisateur Kerry James tient un discours similaire dans son clip musical intitulé « A qui la faute ? » sorti durant l'été 2019. Le clip annonce le contenu de son film *Banlieusards* diffusé la même année. Kerry James y interroge la responsabilité de l'État quant à la situation socio-économique précaire des banlieues et de leurs habitants<sup>2</sup> tout en appelant ces derniers à prendre en main leur destin pour réussir. La fin du film met en scène un concours d'éloquence entre deux étudiants en droit issus de classe sociale et d'origine géographique différentes. A travers les propos de l'étudiant qui vit en banlieue, le réalisateur porte le message selon lequel « je n'ai compté que sur mon talent » et « je m'en suis sorti tout seul ». Pour réussir, seule compterait la détermination personnelle. Bien qu'il valorise l'image du self-made-man, Julien Denormandie nuance sa position pendant son discours à Pantin. Malgré leur volonté méritante, les habitants sont limités par un « drame dans les quartiers prioritaires » : le manque de réseau. Afin de favoriser l'accès à tous aux ressources pour créer son entreprise selon un principe d'égalité des chances<sup>3</sup>, l'État met en place un programme pour « faire l'entrepreneuriat de toute la France », mis en œuvre par la BPI.

Face à la valorisation publique de l'entrepreneuriat comme forme d'égalité des chances, la thèse cherche à comprendre ce qui est conçu et déployé derrière la rhétorique

<sup>1</sup> Pantin est une ville du département de la Seine-Saint-Denis.

<sup>2</sup> Malgré un fort intérêt pour le sujet, je n'ai pas écrit la thèse en écriture inclusive. J'ai toutefois féminisé certains termes, comme « entrepreneuse » ou « autrice », pour visibiliser les femmes dans des secteurs où elles sont minorées.

<sup>3</sup> L'égalité des chances désigne le fait d'offrir à tous la possibilité d'occuper les meilleures places dans la société en fonction du principe méritocratique (Dubet, 2010). Elle est définie comme un « défi historique » par le président Macron dans son discours tenu le 08 septembre 2020 à Clermont-Ferrand (Macron, 2020, p.2).

d'entrepreneuriat pour tous. Pour ce faire, elle cible l'enquête sur la politique publique territoriale d'accompagnement à la création et au développement d'activité<sup>4</sup> en quartiers prioritaires.

### *Les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV)*

La politique de la ville est une politique nationale territorialisée qui entend réduire la fracture socio-économique entre les quartiers les plus pauvres et leur territoire environnant<sup>5</sup>. Dans l'éditorial du dossier de presse du comité interministériel à la ville<sup>6</sup> qui s'est tenu en janvier 2021, le premier ministre Jean Castex déclare au sujet de la politique de la ville que : « l'objectif du Gouvernement est clair : l'égalité sur tous les territoires et pour tous nos concitoyens. À l'égalité face à la Loi de la République et aux devoirs des citoyens doit répondre l'égalité des chances si la République veut tenir ses promesses » (Gouvernement, 2021, p.3).

Depuis la loi de programmation pour la ville et la cohésion urbaine du 21 février 2014, les QPV sont au nombre de 1514. Ils regroupent 5,5 millions d'habitants, soit 8 % de la population nationale (CGET, ONPV, 2017). Portée par les services du Premier ministre, la politique de la ville est mise en œuvre localement dans les QPV à travers des dispositifs et des financements spécifiques qui concernent différents domaines comme le logement, l'emploi, l'éducation, ou encore la santé. Depuis la réforme de 2014, une politique de soutien à l'entrepreneuriat est déployée en QPV.

Le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET), renommé l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) en juillet 2019, est l'administration centrale rattachée aux services du Premier ministre qui conseille et appuie le Gouvernement dans la conception et la mise en œuvre des politiques de lutte contre les inégalités territoriales, dont la politique de la ville fait partie. Dans la thèse, j'emploie le sigle CGET au détriment du sigle ANCT dans un souci de clarté, car cette agence n'est devenue effective qu'au 1er janvier 2020<sup>7</sup>. La BPI est l'agence nationale qui diffuse la politique gouvernementale visant à renforcer l'accès aux ressources pour créer et développer une activité économique dans les territoires ruraux et les QPV. Le CGET et la BPI travaillent conjointement sur la politique nationale de soutien à l'entrepreneuriat en QPV.

Plus précisément, la thèse questionne la mise en œuvre institutionnelle de cette politique d'accès pour tous aux ressources pour entreprendre. Elle interroge aussi les effets produits par celle-ci sur les capacités d'action d'individus qui prennent le risque de créer leur activité. L'expression de capacité d'action renvoie à la notion d'*empowerment* (Bacqué, Biewener, 2013), communément définie comme un processus de développement des compétences d'individus et/ou de groupes qui leur permettent d'agir selon leur choix. En filigrane, la thèse examine l'existence de spécificités entrepreneuriales en QPV. Bien que l'entrepreneuriat soit présenté comme une démarche universelle qui favorise la réussite individuelle,

4 Cette expression est utilisée au singulier par les acteurs institutionnels.

5 Les quartiers prioritaires ont été définis en fonction de la concentration de la population à bas revenus par rapport à la population de l'agglomération de référence et à la France métropolitaine.

6 Le comité interministériel à la Ville (CIV) définit, coordonne, et évalue les actions de l'État dans le cadre de la politique de la ville. Il est présidé par le Premier ministre et comprend l'ensemble des membres du Gouvernement.

7 J'emploie néanmoins le sigle ANCT pour les actions et les propos tenus après le 01 janvier 2020.

quelles formes prend-il dans un contexte socio-territorial précarisé où les habitants vivent de multiples inégalités ? Existe-t-il des profils entrepreneuriaux particuliers aux QPV, qui conduisent à des modes d'accompagnement différents d'ailleurs ?

Pour répondre à ces questions, la thèse analyse des mises en œuvre locales de l'accompagnement à la création et au développement d'activité dans deux intercommunalités qui comportent des QPV. Elle examine l'adaptation des acteurs locaux aux discours publics nationaux en appréhendant les conceptions et les pratiques des acteurs institutionnels et des entrepreneurs accompagnés dans les terrains d'enquête. Il s'agit de comprendre qui entreprend par rapport aux images communes du startupper et du chauffeur uber ; quelles fonctions jouent les différents acteurs institutionnels locaux dans la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV ; quelles motivations incitent les entrepreneurs et les acteurs institutionnels à suivre ou à proposer un parcours d'accompagnement à la création d'entreprise.

L'enquête se centre sur le fonctionnement de structures d'accompagnement qui agissent en QPV en prenant en compte leur contexte territorial. Le premier terrain est la structure intitulée la Maison de l'initiative économique locale (Miel), située dans l'intercommunalité de Plaine Commune en Seine-Saint-Denis. Le second terrain est le dispositif Osez Entreprendre, situé dans l'intercommunalité de Nantes Métropole. Il regroupe deux structures d'accompagnement, deux structures de financement et des maisons de l'emploi. L'enquête menée simultanément dans ces deux intercommunalités permet d'apprécier l'application d'une politique publique nationale tout en constatant ses adaptations au contexte local. Fondés sur deux études de cas, les résultats de la thèse ne représentent pas l'ensemble des situations en QPV.

Ces résultats reposent sur des méthodes qualitatives qui s'appuient sur des entretiens avec les acteurs susmentionnés, des observations d'événements relatifs au soutien à l'entrepreneuriat, et des analyses de documents produits par les acteurs rencontrés. L'enquête s'étend sur une période de 18 mois qui court de janvier 2018 à septembre 2019. Une veille et des échanges ont toutefois perduré jusqu'en mars 2020.

Le soutien à l'entrepreneuriat en QPV constitue un objet d'étude interdisciplinaire. Il croise deux champs qui se rencontrent encore peu, à savoir la recherche urbaine sur la politique de la ville et la recherche en entrepreneuriat. Quelques chercheuses articulent ces deux domaines, notamment Amélie Notais et Julie Tixier qui analysent un dispositif d'accompagnement d'entrepreneuses sociales habitant en QPV (Notais,

Tixier, 2019) ou Angélica Trindade-Chadeau qui enquête sur l'accompagnement entrepreneurial de jeunes en QPV (Trindade-Chadeau, 2019). Cependant, leurs approches ciblent un type de profil plutôt qu'un territoire, au contraire de la thèse. En examinant les publics présents dans les QPV de deux intercommunalités, cette dernière espère nourrir les réflexions en sciences de gestion qui portent sur la diversité des expériences entrepreneuriales. Elle espère aussi nourrir les réflexions en aménagement du territoire en analysant la production de nouvelles mesures entrepreneuriales en politique de la ville et leurs effets sur la réduction d'inégalités sociales et spatiales.

Trois parties structurent la thèse. Tandis que la première partie cadre l'objet d'étude en précisant son élaboration conceptuelle à partir de l'objectif d'égalité (chapitre 1) et en détaillant la méthode d'obtention des résultats (chapitre 2), les deuxième et troisième parties sont consacrées à la présentation de ces derniers. La deuxième partie se focalise sur la mise en œuvre locale du soutien à l'entrepreneuriat en QPV en examinant la manière dont les structures d'accompagnement s'adaptent au contexte territorial. Elle interroge l'accès pour tous aux ressources pour entreprendre en demandant qui sont les entrepreneurs ciblés par les structures (chapitre 3), quelles sont les formes d'accompagnement et de ressources proposées pour accroître leur capacités d'action (chapitre 4), et comment leur accès est influencé par le contexte politique territorial (chapitre 5). La troisième partie analyse enfin les effets de l'expérience entrepreneuriale pour les personnes accompagnées, en étudiant leurs représentations et leurs pratiques de l'entrepreneuriat. Elle interroge la dynamique d'*empowerment* de leur démarche en examinant les enjeux de reconnaissance personnelle et sociale (chapitre 6), d'appropriation de leur rapport au travail (chapitre 7), et de valorisation institutionnelle dans l'espace urbain (chapitre 8).

Ce travail sur l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires s'inscrit en continuité de ma trajectoire universitaire. J'ai précédemment rédigé un mémoire de recherche sur la place des habitants dans les discours portant sur la stratégie de développement économique dans le contexte de la réforme de la politique de la ville. Ce travail s'inscrit aussi en continuité de ma trajectoire personnelle. Originaire et habitante du département de la Seine-Saint-Denis, mon attachement pour ce territoire motive le choix de cette recherche scientifique.

**PARTIE I : ETUDIER  
L'ACCOMPAGNEMENT  
ENTREPRENEURIAL EN  
QUARTIERS PRIORITAIRES**



La première partie de la thèse cadre l'objet d'étude, c'est-à-dire la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville<sup>8</sup>. Elle présente le contexte, les questionnements théoriques, et la méthodologie qui m'ont conduite à interroger l'enjeu d'égalité promu par les acteurs politiques nationaux en analysant sa mise en œuvre dans deux intercommunalités ainsi que les effets qu'elle produit pour les personnes accompagnées.

La thèse propose d'étudier plus globalement le rôle des politiques d'aménagement territorial dans la fabrique des inégalités en mobilisant des travaux de recherche urbaine relatifs à la production de la politique de la ville et des travaux d'entrepreneuriat relatifs à la diversité des expériences entrepreneuriales. Cette approche interdisciplinaire vise à interroger les discours publics qui concernent l'entrepreneuriat et les quartiers prioritaires au regard des pratiques des acteurs locaux.

Pour ce faire, la thèse s'appuie sur un travail d'enquête qualitative mené dans deux terrains sur plus de dix-mois qui comprend des observations de terrain, des entretiens avec des acteurs aux fonctions et aux échelles d'action variées, et des analyses de documents publics.

Cette première partie est composée de deux chapitres. Le chapitre 1 détaille la construction de l'objet d'étude en présentant le contexte politique, économique, et social du soutien à l'entrepreneuriat en QPV ainsi que ses enjeux conceptuels et l'ancrage théorique choisi. Le chapitre 2 précise les méthodes qualitatives d'obtention des résultats en présentant les terrains d'enquête sélectionnés.

---

<sup>8</sup> Dans un souci de fluidité, j'utiliserai l'expression « accompagnement à l'entrepreneuriat » pour parler de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité. Il faut toutefois garder à l'esprit que la notion d'entrepreneuriat englobe et dépasse la création et le développement d'activité au sens strict.



# CHAPITRE 1 : UNE POLITIQUE RÉCENTE

## D'ÉGALITÉ DES CHANCES

Ce chapitre expose les enjeux de l'objet d'étude en le contextualisant, en précisant la problématique, et en détaillant le positionnement théorique.

Il s'agit de déterminer les objectifs que les acteurs publics nationaux revendiquent à propos de l'entrepreneuriat et de son application en quartiers prioritaires pour comprendre le renforcement récent du soutien à la création d'activité en politique de la ville. En étudiant les discours et les mesures qu'ils mettent en œuvre, ce chapitre interroge la manière dont l'action publique territorialisée lutte contre les inégalités sociales. Il précise les enjeux que pose cette politique entrepreneuriale pour les quartiers prioritaires et pour leurs habitants.

Une première section dresse un rapide état des lieux du renforcement de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en France et en QPV, entre des objectifs de croissance économique et d'insertion sociale. La deuxième section spécifie les enjeux qu'elle soulève en étant considérée comme une politique d'égalité sociale et territoriale. La troisième section détaille l'ancrage théorique interdisciplinaire qui s'articule autour de la notion de différence.

### **1 Un renforcement des politiques de soutien à l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires**

#### **1.1 Un portage politique fort au niveau national**

##### *1.1.1 Des discours en faveur de la croissance économique*

Les communications numériques sur les sites internet, en version papier dans les plaquettes diffusées lors d'événements, ou orales lors de prises de parole publiques indiquent l'intérêt du gouvernement et des médias grand public pour l'entrepreneuriat. Celui-ci est présenté de manière idéalisée comme un symbole de réussite. Par exemple, le président Emmanuel

Macron a déclaré que la France « sera le pays de cette révolution de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de la révolution démocratique qui l'accompagne » lors de l'édition 2017 du salon *VivaTech*<sup>9</sup>. Détail anecdotique mais révélateur de la dynamique actuelle, la mise en visibilité de la Start-up Nation se retrouve jusque dans les programmes télévisés. La chaîne M6 a diffusé une émission intitulée « Qui veut être mon associé ? » les mardis soirs des mois de janvier et de février 2020. Des entrepreneurs sont venus présenter leur activité économique à un jury formé de cinq entrepreneurs à succès afin de les convaincre d'investir dans le développement de leur entreprise. La Miel, structure d'accompagnement dont j'étudie le fonctionnement dans cette thèse, a d'ailleurs relayé l'appel à candidature pour la deuxième saison de l'émission en janvier 2021 sur son site internet, preuve de la percolation de ces discours à l'échelle locale de la mise en application des dispositifs d'accompagnement. Cet engouement politico-médiatique pour la création d'entreprises se traduit en chiffres. La France a dépassé la barre des 3 millions de travailleurs indépendants en 2016. Ceux-ci représentent aujourd'hui 11,6 % de l'emploi total (le Labo de l'ESS, 2017). Depuis le début des années 2000, la hausse des non-salariés est supérieure à celle des salariés (Chauvin et al., 2014). Depuis les années 2010, environ 55 000 entreprises sont créées annuellement, alors que leur nombre oscillait entre 200 000 et 330 000 pendant la décennie précédente<sup>10</sup>.

Les discours de valorisation de l'entrepreneuriat tenus par les acteurs publics, tels qu'Emmanuel Macron lors du salon *VivaTech*, justifient des politiques publiques de soutien au développement économique qui s'inscrivent dans un contexte historique plus large. La recomposition industrielle post-fordiste a entraîné une réorganisation fonctionnelle et scalaire de la production des entreprises (Benko, 2008). Depuis les années 1950, le pouvoir d'achat moyen des individus n'a cessé de croître, entraînant la hausse de leurs demandes en termes de produits de consommation différenciés adaptés à leurs attentes. Cette demande de différenciation a conduit les grandes entreprises à changer leur mode d'organisation dans les années 1970, en adoptant notamment une désintégration verticale qui renforce leur flexibilité. En confiant la fabrication de leurs produits à des entreprises plus petites, les firmes diversifient leur offre et s'adaptent rapidement aux demandes des consommateurs en changeant de sous-traitants en cas de besoin. Les acteurs politiques ont soutenu les entreprises dans leur recherche de flexibilité, afin qu'elles restent innovantes et concurrentes dans un

---

<sup>9</sup> *VivaTech* est un rendez-vous annuel se déroulant sur 3 jours consacré à l'innovation technologique et aux start-ups. Il a été créé en 2016 par les groupes Les Echos et Publicis.

<sup>10</sup> Données issues des bilans annuels déposés sur le site de la BPI.

contexte de mondialisation, que ce soit par des mesures allégeant les contraintes légales du travail ou par des mesures facilitant la création de petites et moyennes entreprises (PME). Ils les envisagent comme des sources de croissance économique par la production de biens et de services, par la création d'emplois, et par l'attractivité nationale qu'engendrent leurs activités. Des travaux de recherche en entrepreneuriat étudient la façon dont les acteurs gouvernementaux articulent la création d'entreprises et la croissance économique dans leurs discours publics, confortant ainsi leurs choix politiques (Da Costa, Silva Saraiva, 2012 ; Perren, Jennings, 2005).

En France, un ensemble de lois et de dispositifs a été élaboré pour renforcer la place du pays dans la compétitivité économique mondiale. Par exemple, le président François Hollande a annoncé le 06 novembre 2012 le lancement du Pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi (Pacte) afin de repositionner les entreprises françaises sur l'échiquier économique international. Cette mesure a été accompagnée par la création de la BPI<sup>11</sup>, organisme national de financement des entreprises pour « dynamiser et rendre plus compétitive l'économie française »<sup>12</sup>. En janvier 2013, le thème général des Assises de l'entrepreneuriat a concerné le soutien à la création d'entreprise, qui avait fait l'objet d'un rapport de la Cour des Comptes préconisant un meilleur ciblage des dispositifs et une professionnalisation des équipes d'accompagnement. A l'issue des Assises, les acteurs présents ont fixé l'objectif de doubler le nombre de créateurs d'entreprise de croissance en France en 5 ans. Pour ce faire, de nouvelles lois simplifient la création d'entreprise, telle la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques du 06 août 2015 qui assouplit les règles du micro-entrepreneuriat<sup>13</sup>. Plus récemment, la loi relative à la croissance et à la transformation des entreprises du 22 mai 2019 simplifie une nouvelle fois les formalités administratives des entreprises.

Ces politiques publiques gouvernementales en faveur de la création d'entreprise mettent en valeur certains types d'activité dans leur communication. Les entreprises qui s'inscrivent dans

---

11 Il ne s'agit pas d'une création *ex-nihilo* mais d'une refonte d'organismes dans un souci de modernisation de l'action publique. Créée en 2012, la BPI est un organisme de financement et de développement des entreprises en France dont l'État et la Caisse des Dépôts et Consignations (CDC) sont actionnaires. Depuis le 01 janvier 2019, la BPI porte la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV qui était précédemment dévolue à l'Agence France Entrepreneur (AFE). Ses actions se déclinent en trois axes : l'accès à l'information pour les entrepreneurs, l'animation territoriale et la coordination des acteurs locaux, la mise en oeuvre d'accélérateurs d'entreprise. Elles concernent la sensibilisation, l'orientation, l'accompagnement, et le financement des entrepreneurs. Par ailleurs, la BPI a créé un Lab qui observe, évalue, et rédige des études sur l'entrepreneuriat en France.

12 Expression utilisée sur le site de la BPI pour présenter la structure.

13 Ce régime a été instauré en 2008 par la loi de modernisation de l'économie (LME). D'abord intitulé « auto-entrepreneuriat » et renommé « micro-entrepreneuriat » en 2015, il simplifie la création de très petites entreprises (TPE) et leurs modes de paiement. Pour clarifier mon propos, j'utilise uniquement le terme « micro-entrepreneuriat » même si des personnes enquêtées ont créé leur activité avant 2015.

les normes de la compétitivité économique mondialisée, telles que les entreprises innovantes portées sur le digital, sont valorisées. Dans ce cadre, le dispositif *French Tech* destiné à l'émergence de start-ups<sup>14</sup> françaises est lancé en 2013. Dans la même veine, le dispositif *French Lab* est lancé en 2017. Ce dernier vise à fédérer l'ensemble des entreprises qui « s'engagent à croître, innover, se digitaliser »<sup>15</sup> sous une bannière commune afin de renforcer leur rayonnement. Ces types de dispositif se déclinent parfois à l'échelle des QPV, comme c'est le cas du dispositif intitulé « *French Tech Diversité* » qui promeut les start-ups de banlieue. En parallèle de cette sur-visibilité perdurent des politiques publiques soutenant les filières classiques et la réindustrialisation des villes moyennes<sup>16</sup>.

Le soutien à la création d'entreprises est donc considéré par les acteurs politiques nationaux comme un enjeu de développement économique de la France, qui est valorisé publiquement. Si les discours publics mettent surtout en lumière les start-ups, il existe une variété d'entreprises de taille et de nature hétérogènes. Du patron d'entreprise de plus de 500 salariés au micro-entrepreneur, le statut de travailleur indépendant<sup>17</sup> regroupe une diversité économique et sociale importante qui se traduit par des types d'activité, des statuts juridiques, ou encore des revenus multiples. L'activité entrepreneuriale constitue parfois une pratique à temps plein, parfois un complément d'activité à un emploi principal. Cette forte hétérogénéité s'est accrue avec la hausse récente des créations d'entreprises sous le statut de la micro-entreprise qui facilite l'accès à l'entrepreneuriat à un large panel d'individus et d'activités. Près de 45 % des entreprises créées chaque année sont des micro-entreprises (BPI, 2019). Actuellement, on dénombre plus d'un million de travailleurs indépendants relevant de ce statut, soit un tiers du total (Lièvre, 2017).

La présence marquée de la micro-entreprise dans les créations d'activité ces dernières années laisse penser que la croissance économique n'est pas le seul objectif recherché dans la politique de soutien à la création d'entreprises.

---

14 Communément, une start-up est une entreprise de moins de dix ans, qui développe un modèle économique et/ou une technologie innovants, et qui vise une croissance et/ou un chiffre d'affaires importants rapidement.

15 Expression utilisée sur le site dédié pour définir les entreprises concernées par le dispositif *French Lab*.

16 C'est par exemple le cas du programme Territoires d'Industrie annoncé par le Premier ministre le 22 novembre 2018. Visant la « reconquête industrielle » dans les territoires, il prend la forme de 1 600 projets répartis dans 500 intercommunalités.

17 Il n'existe pas de catégorie de l'entrepreneur dans les données de l'Insee. Pour le définir, cet organisme se réfère au statut juridique du non-salarié dénommé « travailleur indépendant », car il ne possède pas de contrat de travail ni de lien de subordination juridique permanent à l'égard d'un donneur d'ordre.

### 1.1.2 *Un pays de chômeurs à insérer*

La création d'entreprises a pour but de relancer l'activité économique en créant des emplois. La recomposition industrielle post-fordiste des années 1970 a conduit à la restructuration de la société salariale. Les politiques de libéralisation, de flexibilité, et de compétition économiques ont augmenté le taux de chômage et les formes de précarité du travail (Duvoux, 2009). Dans ce cadre, des mesures gouvernementales de soutien à la création d'entreprises sont mises en oeuvre en complément des mesures en faveur de l'emploi<sup>18</sup>(Darbus, 2008). L'Aide aux demandeurs d'emploi créant ou reprenant une entreprise (ACCRE) est annoncée en 1977 et mise en place en 1979. A côté des dispositifs fiscaux, des institutions de soutien aux entrepreneurs sont créées la même année, comme l'Agence pour la création d'entreprises (APCE) ou ensemble pour agir et Entreprendre (BGE)<sup>19</sup>. A la fin des années 1980, ces acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat se multiplient. Par exemple, l'Association pour le droit à l'initiative économique (Adie)<sup>20</sup> voit le jour en 1989. Ces aides publiques dédiées aux chômeurs créateurs d'entreprise visent dans un premier temps à créer des emplois par l'apparition de nouvelles activités employeuses, car des études montrent que les petites entreprises sont plus créatrices d'emplois que les grandes (Bentabet, Gadille, 2019). Le soutien institutionnel prend la forme d'aide au capital en faveur des travailleurs qui disposent de ressources pour créer une entreprise qui emploie des salariés (Abdelnour, 2017).

Cependant, l'auto-emploi par l'entrepreneuriat commence également à prendre forme. D'après le sénateur communiste Hector Viron, le ministre de l'économie Raymond Barre aurait déclaré lors de la mise en place de l'Accre en 1979 : « Les chômeurs ? Qu'ils créent leurs entreprises ! » (Aucouturier, 1996). Dans les années 2010, cette relation entre l'auto-emploi et l'entrepreneuriat s'accroît avec l'instauration du régime de la micro-entreprise dont « les registres de justification sont en effet multiples, oscillant entre des arguments économiques de contribution à la croissance dans un contexte de société de services et d'économie de la connaissance, et des arguments sociaux visant à « l'insertion ou la réinsertion » de ceux à qui « la vie a joué un mauvais tour ou à qui la naissance n'a pas donné toutes les chances » » (Abdelnour, 2013, p.139). Bien que le régime de la micro-entreprise devait initialement concerner une activité économique complémentaire à une activité salariée principale, il

---

18 Par exemple, des exonérations de charges sociales sont concédées aux entreprises employant des jeunes chômeurs.

19 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

20 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

représente souvent l'activité principale des micro-entrepreneurs. En 2011, 30 % des micro-entrepreneurs étaient au chômage avant de créer leur entreprise, 11 % étaient sans activité professionnelle, et 6 % avaient un statut salarié précaire, soit près de la moitié des micro-entrepreneurs (Deprost et al., 2013). Des travaux en sciences de gestion se concentrent sur la figure de l'entrepreneur contraint, c'est-à-dire d'un individu qui crée une entreprise pour sortir du chômage sans en avoir eu auparavant le désir (Couteret, 2010). La création d'activité est alors motivée par une « préoccupation de subsistance » visant à répondre à l'urgence de la situation socio-économique précaire de l'individu (Aucouturier, Mouriaux, 1994, p.7). Ce « créateur sous la pression » (*ibid.*) s'oppose à la figure attractive du créateur d'entreprise dont il a été question dans le paragraphe précédent. Des chercheurs en sociologie du travail étudient aussi ces nouvelles formes de travail indépendant, tels que Sarah Abdelnour dont la thèse soutenue en 2012 porte sur l'entrepreneuriat aux marges du salariat. Selon elle, le micro-entrepreneuriat consiste en une « véritable politique sociale à l'égard des exclus du marché du travail » (Abdelnour, Lambert, 2014, p.32). Pour la chercheuse, la création du régime de la micro-entreprise s'inscrit en continuité d'une politique apparue dans les années 2000 favorisant ce qu'elle appelle l'entrepreneuriat populaire. Cette politique vise à « encourager les populations économiquement fragiles à se prendre en main » pour retrouver un emploi (Abdelnour, 2017, p.32). Les aides à la création d'entreprise, destinées d'abord aux cadres au chômage créateurs d'emplois, s'adressent désormais à l'ensemble des chômeurs, et plus particulièrement aux bénéficiaires des minima sociaux.

La conception de l'entrepreneuriat, et plus précisément du micro-entrepreneuriat, comme politique publique d'insertion professionnelle et sociale n'est pas l'apanage de la France. Elle s'inscrit dans un contexte global de responsabilisation individuelle de la recherche d'emploi. A l'échelle européenne, la stratégie de Lisbonne<sup>21</sup> a orienté la politique sociale de l'Union européenne vers l'activation de l'emploi et l'intégration sociale. Le Fonds social européen (FSE) soutient les programmes qui renforcent la démarche entrepreneuriale dans une logique de retour à l'emploi. Cette stratégie européenne s'inscrit dans une échelle plus large : l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) ou la Banque Mondiale portent l'idée selon laquelle il est nécessaire d'accroître les opportunités économiques des personnes pauvres pour améliorer leurs conditions de vie. Pour ce faire, il s'agit « d'investir dans leurs capacités » en renforçant les dispositifs en faveur de

---

21 Adoptée en 2000, la stratégie de Lisbonne est l'axe majeur de la politique économique et de la politique de développement de l'Union européenne.

l'entrepreneuriat et du microcrédit (Narayan, 2004, p.14). Si les programmes mis en oeuvre se situent principalement dans les pays dits en développement, il en existe de même nature dans les pays dit développés. Par exemple, l'administration Clinton a mis en place une politique fédérale de développement économique endogène des territoires états-uniens en déprise dans les années 1990. Dénommés *Empowerment Zones*, ces espaces font l'objet d'incitations fiscales et de plans de formation destinés aux potentiels entrepreneurs locaux afin de favoriser l'auto-emploi des habitants (Bacqué, 2006).

Les politiques publiques encourageant l'entrepreneuriat comme une solution professionnelle de lutte contre la pauvreté font l'objet de controverses dans les champs scientifique et politique. Une approche libérale envisage la démarche entrepreneuriale comme un moyen de renforcer les compétences et les revenus des individus, et ainsi leur capacité d'action. Le développement d'entreprise favoriserait leur développement personnel et social (Baratier, 2005). Ce courant libéral reprend à son compte des éléments de la pensée d'Amartya Sen pour articuler l'entrepreneuriat à l'autonomie à travers la notion de développement. Défini comme le « processus d'expansion des capacités humaines de vivre des vies plus riches et plus libres » (Sen, 2000, p.293), le développement est la condition *sine qua non* de la liberté substantielle des individus car il augmente leur potentiel d'action. Il repose notamment sur des aspects économiques, qui s'appuient en partie sur l'entrepreneuriat, et qui constituent des facteurs de possibilités nouvelles ainsi qu'un remède contre la pauvreté. Portée par des chercheurs de sociologie et d'économie politique qui analysent l'idéologie et les effets de la rationalité néolibérale, une seconde approche critique cette conception libérale car elle responsabilise les individus en masquant les inégalités structurelles. En diffusant les valeurs du marché dans la société, la rationalité néolibérale incite les personnes à développer leur esprit d'entreprise pour ne pas être exclues (Boltanski, Chiapello, 2011 ; Dardot, Laval, 2009 ; Brown, 2004). Elles doivent devenir entrepreneuses d'elles-mêmes en multipliant les projets de toute nature. Leur proactivité augmente leur employabilité et leur permet de pourvoir à leurs besoins. Si l'entreprise de soi constitue une forme de développement personnel, elle s'inscrit aussi dans une dynamique de responsabilisation individuelle qui occulte les rapports de pouvoir et de domination existants. Elle traduit l'idée que chacun peut avoir prise sur sa vie en négligeant l'impact des inégalités structurelles. Dans un contexte d'individualisation du destin, c'est à l'individu que revient la responsabilité d'agir pour ne pas être exclu. Dans ce cadre, les traditionnelles politiques d'aides sociales s'accompagnent de mesures étatiques de *workfare*

pour lesquelles l'aide sociale n'est plus un droit reconnu à l'ensemble des citoyens mais dépend du travail fourni par l'individu (Jessop, 2000). Les politiques publiques de soutien à la création d'entreprise et au microcrédit suivent cette logique en promouvant l'initiative individuelle et l'auto-emploi. Un ensemble de travaux de socio-économistes révèle les retombées positives limitées des dispositifs de microcrédit qui augmentent peu les capacités d'action des personnes pauvres, notamment les femmes, et qui ne s'attaquent pas aux inégalités socio-culturelles de genre (Gaiha, Kulkarni, 2013 ; Guérin et al., 2011).

La démarche entrepreneuriale est décrite comme une conséquence de la crise de la société salariale, entre remède contre le chômage et accentuation des « maux du capitalisme » (Marchesnay, 2009, p.81). Sa visibilité et le développement des aides la soutenant à l'échelle française se répercutent à l'échelle des quartiers prioritaires.

### *1.1.3 Des politiques nationales qui prennent forme dans les QPV*

#### *1.1.3.1 Un contexte entrepreneurial jugé propice*

Les données sur la hausse des créations d'entreprises et les données sur le retard de la dynamique entrepreneuriale dans les QPV sont toutes deux utilisées dans la rhétorique des acteurs politiques et administratifs comme des supports de légitimation des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat dans ces territoires. Dans leurs rapports et leurs plaquettes de communication diffusés au grand public, les acteurs administratifs nationaux qui mettent en oeuvre la politique de la ville justifient quasi-systématiquement le renforcement des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en QPV par la hausse récente des créations d'entreprise qu'il s'agit alors d'accompagner (CGET, ONPV, 2019 ; AFE, 2017 ; CGET, 2017 ; CGET, CDC, 2016). Par exemple, le taux de création d'entreprises<sup>22</sup> se situe à 12,4 % à l'échelle nationale en 2014, mais il atteint 21,3 % dans les QPV (ONPV, 2016). L'apparition du régime du micro-entrepreneuriat permet en partie d'expliquer l'augmentation sensible du taux de création dans ces territoires, bien que les acteurs administratifs ne mettent pas ce lien en valeur dans leurs discours de communication. L'année suivant l'instauration du régime, la micro-entreprise concerne 24,3 % des entreprises nouvelles installées en QPV contre 17,3 % dans les unités urbaines englobantes. D'après les données recensées sur le site internet de la

---

<sup>22</sup> Le taux de création d'entreprises est le rapport du nombre des créations d'entreprises d'une année  $n$  au stock d'entreprises au 31 décembre de l'année  $n-1$ .

BPI, le choix de la micro-entreprise concerne actuellement 40 % à 50 % des créations annuelles d'entreprises, aussi bien au niveau des QPV qu'au niveau national. En Seine-Saint-Denis où 40 % de la population vit dans l'un des 63 QPV du département (IAU, 2017), il concerne 55,3 % des créations d'entreprises de l'année 2018 (BPI, 2019). Malgré ces données qui montrent la hausse récente des créations d'entreprises dans les QPV, les travailleurs indépendants y sont toujours moins nombreux qu'ailleurs. En 2019, ils représentent 6,5 % des actifs occupés contre 9,8 % dans les unités urbaines environnantes (ONPV, 2021). Depuis 2014, leur part oscille de 4,7 % à 6,5 %. En outre, la dynamique entrepreneuriale<sup>23</sup> y atteint 14 % contre 30 % à l'échelle nationale (AFE, 2018). Le nombre de créations d'établissements rapporté à la population active des QPV est de 1,7 % contre 2,1 % pour toute la France, d'après les données de l'année 2015 de l'Institution nationale de la statistique et des études économiques (Insee) (BPI France et al., 2020).

Alors que ces chiffres pourraient laisser penser que les habitants des QPV sont peu attirés par l'entrepreneuriat, les acteurs politiques et administratifs cités précédemment les interprètent d'une façon qui légitime la politique de soutien à la création d'activité : il s'agit de lutter contre l'autocensure des habitants qui entrave leur dynamique entrepreneuriale (CGET, Algoé, 2017). Ces derniers seraient atteints du syndrome « ça, c'est pas pour moi », comme l'a affirmé le président Emmanuel Macron dans son discours à l'événement du Big Innovation Generation (BIG) organisé par la BPI<sup>24</sup>. L'envie et l'esprit d'entreprendre existeraient partout, parfois sous la forme d'un potentiel à faire advenir du fait de barrières inconscientes. Menée lors de mon mémoire de master 2 en aménagement et urbanisme, l'analyse lexicale d'un corpus de 91 textes de nature et d'auteur variés consacré au développement économique dans les QPV depuis les années 2000 ainsi que l'analyse lexicométrique du discours d'une vingtaine de ces textes à l'aide du logiciel libre TXM ont révélé que les termes les plus employés par les acteurs institutionnels pour définir les entrepreneurs des QPV sont « potentiel », « nouveau », et « futur », en plus de « difficultés » (Clément, 2017). L'étude institutionnelle la plus récente portant sur l'entrepreneuriat en QPV s'intitule d'ailleurs « Libérer tous les potentiels » (BPI France et al., 2020). Depuis quelques années, les discours politiques et administratifs relatifs au développement économique dans la politique de la ville utilisent fréquemment cette

---

<sup>23</sup> La dynamique entrepreneuriale est un indice conçu par l'AFE à partir du taux de Français qui sont ou ont été dans une démarche entrepreneuriale (intentionnistes, porteurs de projet, entrepreneurs en activité, et anciens entrepreneurs) et de la culture entrepreneuriale.

<sup>24</sup> Le BIG s'est tenu le 10 octobre 2019 dans les salles d'AccorHotels Arena à Paris. A côté des nombreuses conférences centrées sur la performance économique françaises, un temps de présentation a été consacré à la stratégie de soutien à « l'entrepreneuriat pour tous » menée par la BPI.

rhétorique positive. Les termes « atouts », « talents », ou « richesse » reviennent souvent. Les champs thématiques de l'énergie, de la vitalité, et de la créativité sont présents. Les deux citations suivantes illustrent le nouveau ton employé : « les quartiers de la politique de la ville constituent un réservoir de compétences et d'ingéniosité, dont les habitants, surtout les jeunes, font preuve d'un dynamisme et d'une créativité particulièrement importants » (CNV, 2013, p.10) et « les quartiers des ZUS ne sont ni des déserts entrepreneuriaux ni des *no man's land* économiques [...] [mais] des gisements d'initiatives méconnus » (Terra Nova, BPI, 2016, p.5). Cet accent porté sur des éléments positifs pour définir les habitants des QPV est particulièrement corrélé à la figure de l'entrepreneur qui consacre l'image du talent. En témoignent deux discours présidentiels, l'un de François Hollande dans une pépinière de la Courneuve<sup>25</sup> pour l'inauguration de l'AFE en 2015, et l'autre d'Emmanuel Macron le 14 novembre 2017 à Tourcoing. Dans le premier discours, l'utilisation stylistique de l'énumération permet une analogie entre l'entrepreneuriat et la possibilité de réussite dans les QPV : « ce que nous devons montrer, c'est qu'il y a des talents, des entrepreneurs, des créateurs, des jeunes, qui veulent tout simplement réussir ». Deux ans plus tard, Emmanuel Macron perpétue cette analogie : « nos quartiers ont du talent, comme le dit l'association<sup>26</sup>, mais ils sont aussi entrepreneurs ». Face au « déficit d'image » véhiculé par les discours péjoratifs qui renforcerait l'autocensure entrepreneuriale (CGET, Algoé, 2017, p.6), les acteurs politiques et administratifs développent davantage de discours mélioratifs. La télévision et les journaux renforcent l'image d'habitants de quartiers entreprenants en multipliant les articles dédiés aux figures du chauffeur uber et du startupper self-made-man.

*Du discours politique au discours de presse : l'entrepreneur talentueux des QPV*

En opposition et en complément à la figure du chauffeur uber, les journaux et les programmes télévisés insistent sur la figure du jeune entrepreneur de banlieue dynamique, proposant des activités technologiques innovantes, inséré dans les réseaux économiques et politiques. L'image du startupper de banlieue perpétue et actualise la figure de l'entrepreneur schumpéterien caractérisé par la prise de risques et l'innovation (Schumpeter, 1935). Ainsi, un article en ligne de *Capital* paru en janvier 2019 s'intitule « Issus des cités, ils ont lancé leur start-up (et ça marche) ». Le mois précédent, en décembre 2018, *Les Echos* publiaient un papier sur le dispositif « *French Tech Diversité* ». En parallèle des articles de presse, des ouvrages qui traitent la question sont édités. Écrit par le journaliste Sébastien Poulet-Goffard et publié en 2016, *Réservoir de talents, le 93 des entrepreneurs* dresse le portrait de cinq entrepreneurs issus des quartiers. Jeunes, d'origine étrangère, ils ont réussi à monter une entreprise ressemblant à une start-up et à intégrer les réseaux politiques locaux, voire

25 Commune de Seine-Saint-Denis où 86 % de la population réside en QPV.

26 Référence à l'association Nos Quartiers ont du Talent créée en 2006 par Yazid Chir, ancien président du Medef 93, qui vise à l'insertion professionnelle des jeunes diplômés issus de milieu modeste ou de zone prioritaire.

nationaux, en s'appuyant sur leur ambition et leur détermination. Selon l'auteur, ils représentent aujourd'hui des modèles pour les jeunes de leur quartier. L'ouvrage a été préfacé par le GNIAC, le groupement national des initiatives et acteurs citoyens, un réseau d'entraide et de soutien aux initiatives locales en faveur du développement économique et social. Ce réseau a été créé en 2014 par Thierry du Bouëtiez de Kerorguen, alors conseiller spécial du CGET après avoir été conseiller développement économique du ministre de la Ville François Lamy.

Ces discours mélioratifs jouent un rôle performatif en incitant l'ensemble des habitants des QPV à « oser entreprendre » et en légitimant les politiques publiques de soutien à l'entrepreneuriat. La politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV viserait à faire éclore les bourgeons d'entrepreneurs en les sensibilisant, en les informant, et en les soutenant dans leur passage à l'acte. Face à des talents entrepreneuriaux sous-estimés (Accenture, Planete Finance, 2014), l'action publique a pour tâche de « miser sur l'entrepreneuriat dans les quartiers en détectant les talents potentiels » (Terra Nova, BPI, 2016, p.36). Il s'agit de repérer « les innovateurs des quartiers » (CGET, Algoé, 2017, p.112), les « ressources dormantes » (*ibid.*, p.83), les « gisements d'initiatives méconnus » (Terra Nova, BPI, 2016, p.5), les « entrepreneurs en puissance » (Anru, 2013, p.48), puis de les faire advenir en « valoris[ant] leurs potentiels » (CGET, Algoé, 2017, p.2) par l'accompagnement.

### 1.1.3.2 Un contexte socio-territorial dégradé

En exposant simultanément la hausse des créations d'activité et les freins à des supposées envies d'entreprendre de la part des habitants des QPV, les acteurs institutionnels nationaux tels que le CGET et la BPI dressent le bilan d'un manque d'outils destinés à aider ces entrepreneurs réels ou potentiels. Dans leurs textes publics, ils caractérisent les QPV par la relative absence des acteurs économiques, ce qui freine les opportunités de rencontres et d'échanges pour les entrepreneurs endogènes. En 2018, on compte 40 établissements à caractère économique pour 1 000 habitants de QPV contre 78 dans les unités urbaines englobantes (CGET, ONPV, 2019). La BPI et le CGET caractérisent également les QPV par un accompagnement moindre à la création et au développement d'activité. En 2016, la part des bénéficiaires chômeurs des dispositifs d'accompagnement à la création et au développement d'activité issus des QPV représente 10 % à l'échelle nationale, alors que les chômeurs issus des QPV représentent 16 % à l'échelle nationale. Dans chaque structure d'accompagnement, les entrepreneurs suivis et/ou financés issus des QPV représentent 1 % à 20 % du public global, avec une moyenne générale autour de 5 % (CGET, CDC, 2016). Selon

les acteurs institutionnels mentionnés, cet état des lieux explique la faible pérennité des entreprises créées en QPV. Par exemple, le taux de pérennité d'une entreprise après 3 ans et après 5 ans d'activité atteint respectivement 77 % et 52,9 % au niveau national, mais il descend respectivement à 50 % et à moins de 40 % en Seine-Saint-Denis. Or, « ce résultat [la faible pérennité des entreprises créées en QPV] n'est pas un défaut de talent, ou même de préparation du créateur : c'est un manque d'appui, d'accompagnement, qui provoque, hélas, cet échec » a déclaré le président lors de son discours à la Courneuve (Hollande, 2015). En moyenne, l'accompagnement d'une entreprise augmente son taux de survie de 9 % (CGET, 2017). Ce constat est mobilisé pour justifier la nécessité de politiques publiques de soutien à l'entrepreneuriat en QPV.

Par ailleurs, la précarité professionnelle, économique, et sociale est prégnante en QPV. Elle se traduit notamment par un fort taux de chômage. Les habitants des QPV représentent 8 % de la population française, mais 13 % de ses demandeurs d'emploi (Ministère du travail, 2019). En 2019, 22,5 % des actifs ayant entre 15 et 64 ans qui vivent en QPV sont au chômage contre 8,4 % des actifs des unités urbaines de référence (ONPV, 2021). Ce constat est variable selon les profils des individus. Par exemple, il concerne 34,3 % des personnes de moins de 30 ans vivant en QPV contre 17,3 % des jeunes vivant dans les unités urbaines environnantes. La précarité se traduit aussi par un faible taux d'activité. La population active en QPV atteint 58,5 % contre 72,7 % alentour. En outre, elle est plus exposée aux formes d'emploi précaire : 16,4 % des travailleurs vivant en QPV sont sous contrat à durée déterminée (CDD), 8 % sont en intérim, et 10,8 % sont en sous-emploi, contre respectivement 10,5 %, 2,4 %, et 5 % des travailleurs vivant dans les unités urbaines englobantes. Dans ce cadre, l'auto-emploi est un objectif de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV, à côté de l'incitation à des vocations entrepreneuriales. S'il n'est pas cité comme tel dans les documents de communication, il est visible dans les circulaires interministérielles telles qu'« Agir pour l'emploi et la création d'activités » signée en 2014 par le Ministère de l'économie, le Ministère du travail, et la CDC<sup>27</sup>.

Le soutien à l'entrepreneuriat est une politique d'actualité valorisée dans les discours publics. Il est révélateur des mutations qui touchent le monde du travail depuis une cinquantaine d'années. Ses contours sont toutefois imprécis, relevant d'une politique de développement

---

27 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

économique et d'une politique d'emploi, visant des individus portés par un projet d'entreprise autant que des individus à la recherche d'un travail. La section suivante établit une focale sur les objectifs et les publics visés par la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en appréhendant sa mise en oeuvre territoriale en QPV.

## **1.2 Une politique récente de soutien à l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires**

### *1.2.1 Un thème encore limité dans la politique de la ville*

#### 1.2.1.1 Avant 2014, un développement économique à travers les ZFU

Les deux premières décennies de la politique de la ville (1970-1980) prennent peu en compte la thématique du développement économique. De manière générale, les acteurs publics et universitaires considèrent que la politique de la ville est née en 1977 avec les opérations Habitat et vie sociale (HVS). Comme leur nom l'indique, ces dernières sont centrées sur la question du logement. Avec les années 1980, l'enjeu du développement local s'impose (Dudebout, 1983 ; Schwartz, 1981). Celui-ci est principalement décliné dans les champs urbain et social. Le développement économique local n'est évoqué qu'à travers le prisme de l'insertion par l'emploi et de la formation. Bien que les programmes de développement social des quartiers (DSQ) intègrent l'objectif d'une diversité fonctionnelle dans les territoires de grands ensembles, ils ne s'étendent pas sur le sujet. Les années 1990 opèrent un tournant dans la prise en compte du développement économique. En 1991, la loi d'orientation pour la ville annonce le principe d'exonérations fiscales des entreprises situées en zones urbaines sensibles (ZUS)<sup>28</sup>. Représentant un manque à gagner pour les communes, ce principe reste peu appliqué jusqu'à la loi d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire en 1995. Celle-ci instaure des zones de redynamisation urbaine (ZRU) qui concrétisent le système de zone franche et qui existeront jusqu'en 2014. Les entreprises qui s'installent en ZRU bénéficient d'exonérations fiscales importantes. En 1996, le Pacte de relance pour la ville instaure quant à lui les zones franches urbaines (ZFU). Elles permettent de prolonger les ZRU

---

<sup>28</sup> Des années 1990 à la réforme de 2014, les ZUS constituent le périmètre d'action de la politique de la ville. Elles regroupent les zones de redynamisation urbaine (ZRU) et les zones franches urbaines (ZFU).

en ajoutant un nouveau périmètre aux avantages fiscaux plus importants<sup>29</sup>. Figure de proue du développement économique, le dispositif des ZFU traduit une vision exogène du développement local. Il s'agit de favoriser l'emploi dans les quartiers en y attirant des entreprises qui ne s'y seraient pas installées autrement. Le principe de la ZFU s'oppose à la vision de développement endogène promue durant la décennie précédente, en fondant le développement local sur la création d'emplois salariés plutôt que sur le soutien aux initiatives économiques portées par ses habitants. Le Pacte de relance pour la ville instaure également la création de l'Établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (Epareca)<sup>30</sup> qui vise à la revitalisation économique des quartiers. Les années 2000 marquent quant à elles un recul du thème du développement économique, bien que les ZFU restent au centre de débats politiques<sup>31</sup>. Celles-ci devaient disparaître au début du nouveau millénaire mais elles sont finalement maintenues et étendues à deux reprises, en 2004 et en 2006, passant de 44 à 100. Leur coût budgétaire continue d'être important<sup>32</sup>. Cependant, la décennie est surtout caractérisée par la prégnance du renouvellement urbain qui s'inscrit dans la loi de 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbain (SRU), et qui se poursuit aujourd'hui avec le nouveau programme national de renouvellement urbain (NPNRU). Le développement économique est évoqué sous le prisme de l'emploi, notamment à travers les structures d'insertion par l'activité économique (SIAE). Le partenariat entre le CGET et la CDC se renforce néanmoins, donnant naissance aux premiers dispositifs en faveur de l'entrepreneuriat, comme le Citélab<sup>33</sup>.

### 1.2.1.2 La réforme de 2014 met en valeur le développement économique

Depuis la décennie 2000, les rapports étatiques étudiant les effets de la ZFU remettent en cause sa pertinence. Alors que le dispositif dispose d'un budget 14 fois plus élevé que celui dévolu au développement économique général en ZUS en 2010 (Cour des comptes, 2012), il favorise peu le développement local. Effet boîte aux lettres, effet d'aubaine, et nombre limité d'emplois créés sont autant de résultats présentés dans les rapports (Raoult, 2011 ; Duhamel, 2014). La loi du 21 février 2014 de programmation pour la ville et la cohésion urbaine réforme ce dispositif et propose une nouvelle stratégie en termes de développement

---

29 Les exonérations de cotisation sociale sont ajoutées. Elles sont personnelles lorsqu'elles concernent des commerçants et des artisans indépendants, elles sont patronales lorsque l'entreprise possède des employés.

30 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

31 Par exemple, elles constituent un thème de campagne de Jacques Chirac à l'élection présidentielle de 2002.

32 En 2009, leur coût s'élève à 519 millions d'euros. Il baisse néanmoins pour atteindre 419 millions d'euros en 2011 (Duhamel, 2014).

33 Le Citélab est un dispositif d'aide à la formulation de l'idée en amont de la création d'entreprise.

économique et d'emploi. Jusqu'à présent parent pauvre de la politique de la ville, ce thème devient l'un des trois axes d'intervention des acteurs publics à côté des champs historiques de la cohésion sociale et du renouvellement urbain. L'article 1 de la réforme de 2014 indique qu'il s'agit « d'agir pour le développement économique, la création d'entreprises et l'accès à l'emploi par les politiques de formation et d'insertion professionnelles ». Les nouveaux contrats de ville<sup>34</sup> établis sur la période 2014-2020, et prorogés jusqu'en 2022, intègrent ce pilier d'action dans leur projet de territoire. Dorénavant, le développement économique est pensé à l'échelle de l'agglomération. Il s'agit de privilégier une stratégie territoriale intercommunale plutôt qu'une logique zonale, comme c'était le cas pour les ZFU. Dans ce cadre, il se traduit par des mesures dans des domaines variés qui impliquent une diversité de partenariat institutionnel : immobilier d'activité avec la CDC, commerce avec l'Epareca, entrepreneuriat avec la BPI, renouvellement urbain avec l'Agence nationale pour le renouvellement urbain (Anru)<sup>35</sup>, emploi et formation avec Pôle Emploi, etc. De plus, le développement économique endogène est reconsidéré. Tout en continuant à avantager fiscalement les QPV pour que les acteurs économiques exogènes s'y installent, la politique de la ville entend s'appuyer sur les potentialités locales. Le soutien et l'accompagnement à la création et au développement d'activité des habitants, l'aide apportée aux commerces et aux services de proximité, la valorisation des projets d'économie sociale et solidaire (ESS) sont des champs d'action mis en valeur. Toutefois, les acteurs locaux et nationaux de la politique de la ville rencontrés lors d'entretiens évoquent la difficile appropriation de la thématique du développement économique par les collectivités territoriales. Nouveau venu, cet axe d'intervention nécessite une période d'acculturation des acteurs locaux en termes techniques aussi bien qu'en termes de partenariat avec les acteurs institutionnels de droit commun transversaux à la thématique. Moins de 2,3 millions des 90 millions d'euros mis à disposition des acteurs locaux par l'État et la CDC pour financer leur ingénierie en faveur du développement économique ont été consommés en 2019, preuve de leur difficulté à s'emparer du sujet (CNV, 2019). Cette difficulté est renforcée par les objectifs flous du développement économique souvent affilié au thème de l'emploi, ces deux champs étant regroupés dans le volet économique des contrats de ville et dans les conventions d'objectifs interministérielles. L'emploi reste l'enjeu prédominant, comme le montre la feuille de route gouvernementale intitulée « Mobilisation en faveur des quartiers prioritaires » lancée en 2018. Les dimensions

---

34 Le contrat de ville est un document définissant les actions territoriales mises en œuvre à l'échelle intercommunale dans le cadre de la politique de la ville. Il est signé par l'ensemble des parties prenantes (État, collectivités territoriales, société civile, et autres acteurs institutionnels).

35 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

du développement économique et de l'entrepreneuriat sont incluses sous le chapeau général de l'emploi et de l'insertion professionnelle. Le Plan d'investissement dans les compétences (PIC) et le renforcement des emplois francs sont les mesures les plus médiatisées.

#### *L'exemple des emplois francs*

Bien que l'entrepreneuriat en QPV soit médiatisé, le budget qui lui est affecté est faible par rapport à celui octroyé au dispositif des emplois francs. Expérimenté depuis le mois d'avril 2018, reconduit et étendu jusqu'en 2020, ce dispositif est doté d'une enveloppe de 233,6 millions d'euros. Il consiste en une aide financière versée aux entreprises pour encourager le recrutement des résidents des QPV inscrits à Pôle Emploi. Il constitue le principal dispositif de lutte contre les discriminations territoriales à l'embauche. Alors qu'il n'a concerné que 5 600 habitants des QPV entre les mois d'avril 2018 et de mars 2019 (Ministère du travail, 2019), le dispositif a touché 40 461 personnes à la fin du mois de mai 2021, d'après les données Pôle Emploi publiées en novembre de la même année.

#### 1.2.1.3 Le soutien à l'entrepreneuriat, une stratégie parmi d'autres

Dans ce cadre, le soutien à l'entrepreneuriat en QPV ne représente que l'une des branches du volet économique des contrats de ville. Il s'inscrit au sein de nombreuses mesures à destination du développement économique d'une part, de l'emploi et de l'insertion professionnelle luttant contre les discriminations d'autre part<sup>36</sup>. Le budget de la politique de la ville dédié aux mesures soutenant l'entrepreneuriat est limité mais en augmentation. Dans la loi de finances de 2019, les crédits 147 destinés au financement de la politique de la ville s'établissent à 520 millions d'euros. Ils ont connu une augmentation de 20 % par rapport aux années précédentes. Sur ce budget total, une partie est dédiée aux actions territorialisées relatives aux trois axes d'intervention des contrats de ville. Les actions de cohésion sociale captent la majorité de ces financements. En 2018, elles utilisent 253,6 millions d'euros, contre 10,3 millions pour le cadre de vie et la rénovation urbaine, et 57,3 millions pour le développement économique et l'emploi. Le budget consacré à cette dernière thématique est toutefois en augmentation par rapport à 2016, où il s'élevait à 41,6 millions d'euros. En 2018, il représente près de 20 % du budget dédié aux actions territorialisées<sup>37</sup>. Le financement des ZFU-Territoires Entrepreneurs n'est pas compris dans cette enveloppe. Le dispositif bénéficie d'un budget spécifique lié à la revitalisation économique. En baisse générale depuis 2008, ce dernier a été divisé par deux entre 2017 et 2018, année où il est doté de 21,5 millions d'euros.

36 Plusieurs dispositifs en faveur de la formation, de l'apprentissage, ou du tutorat existent comme les écoles de la deuxième chance.

37 Il diminue toutefois en 2019 et en 2020 pour constituer 17 % du budget annuel dédié aux actions territorialisées.

Les 57,3 millions d'euros dédiés au développement économique et à l'emploi sont répartis de manière hétérogène entre ces deux volets. En 2018, l'emploi représente 86 % du budget total. Si le budget consacré au développement économique reste minoritaire, il a toutefois connu une augmentation de 40 % depuis 2016, où l'emploi représentait alors 88 % du budget total. Il s'établit à 7,9 millions d'euros et se divise également en plusieurs branches. Les mesures de sensibilisation, de détection, et de soutien à la création d'activité sont dotées de 4 millions d'euros en 2018, soit 50 % du budget. Arrivent ensuite les mesures d'accompagnement et de financement de projets à hauteur de 25 % du budget, puis la promotion économique avec 1 million d'euros, le soutien à l'ESS hors SIAE avec 700 000 euros, et enfin l'accès aux locaux d'activité avec 300 000 euros. Si ces trois derniers postes budgétaires sont relativement bas, ils ont néanmoins connu une croissance relativement importante depuis 2016, de l'ordre respectif de 24 %, 300 %, et 11 %. Le schéma ci-dessous donne à voir l'évolution du soutien à l'entrepreneuriat dans le budget de la politique de la ville.

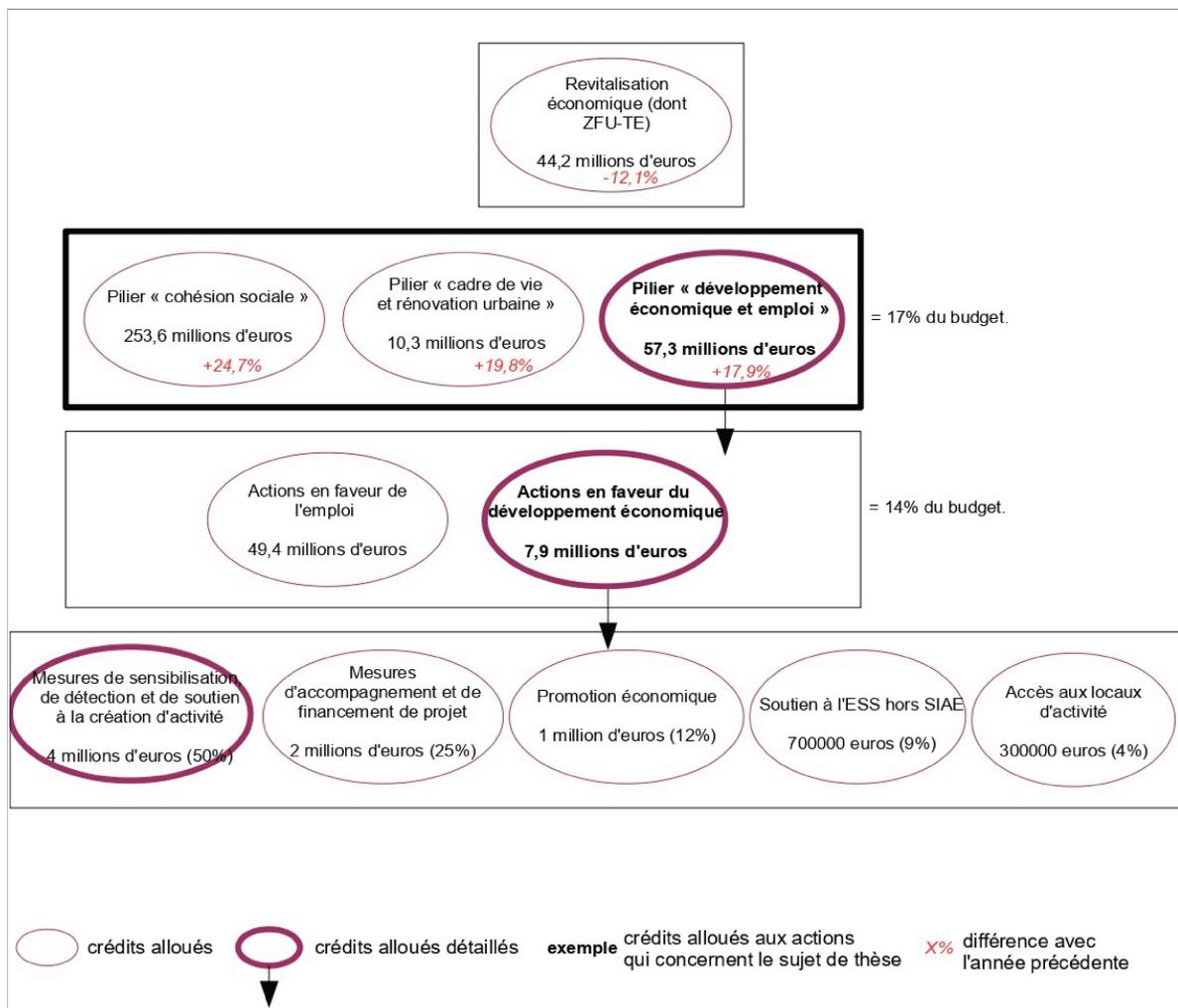


Illustration 1: La place de l'entrepreneuriat dans les crédits 147 dédiés aux actions territorialisées des contrats de ville (projet de loi de finances pour 2019)

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Cette étude du budget de l'année 2018 montre que l'entrepreneuriat et le développement économique cherchent encore leur place dans la politique de la ville. S'ils apparaissent davantage, ils sont secondaires par rapport aux domaines de l'action sociale, de la rénovation urbaine, et de l'emploi. L'augmentation récente de dispositifs en faveur de l'entrepreneuriat illustre cependant une territorialisation en cours.

## 1.2.2 Une territorialisation en cours

### 1.2.2.1 Une mise en application locale des directives nationales

Depuis les années 2000 mais surtout depuis les années 2010, les politiques d'accompagnement

à la création et au développement d'activité sont territorialisées dans la politique de la ville. En 2013, le plan « Entrepreneurs des quartiers » est lancé par le président François Hollande lors des Assises nationales de l'entrepreneuriat. Ce plan a pour but d'améliorer l'offre de financement ainsi que la disponibilité de locaux d'activité et de locaux commerciaux dans les ZUS. Il prend forme à travers un ensemble de conventions d'objectifs signées par différents ministères et organismes nationaux sur la période 2014-2020. En charge de l'application, de la diffusion vers les collectivités territoriales, et de l'évaluation de la politique de la ville, l'administration centrale du CGET soutient sa mise en oeuvre en faisant la liaison entre l'État et les acteurs locaux. Elle a par ailleurs publié une étude en 2016 qui analyse la présence des réseaux d'accompagnement à la création et au développement d'activité dans les QPV. Elle conclut que les réseaux doivent davantage agir dans ces territoires et s'adresser à leurs habitants. La conception d'une telle étude est liée à l'implication nouvelle de l'Agence France Entrepreneur, qui devient le porteur principal de la stratégie entrepreneuriale du gouvernement dans les QPV. Association créée le 13 avril 2016 en remplacement de l'Agence pour la création d'entreprises née en 1979, l'AFE oeuvre à l'échelle nationale en déployant une stratégie de soutien à l'entrepreneuriat en faveur de la création d'activité et d'emploi dans l'ensemble des territoires français. Sur la demande du président de la République, elle focalise son attention sur les territoires considérés « fragiles », à savoir les territoires ruraux et les QPV. Dans ce contexte, elle met en place des missions et lance des appels à projet spécifiques, dont l'un d'eux publié en 2017 est intitulé « favoriser l'entrepreneuriat dans les QPV ». Elle tient aussi à jour un site internet nommé « Entrepreneurs des quartiers » censé faciliter l'accès à l'information des entrepreneurs et des acteurs institutionnels. Depuis le 1er janvier 2019, l'AFE a été intégrée à la BPI. La stratégie sur l'entrepreneuriat en QPV est dorénavant englobée dans le programme « Entrepreneuriat pour tous » de cet organisme qui finance et développe plus globalement les entreprises à potentiel de croissance en France. Le programme « Entrepreneuriat pour tous » entend renforcer l'accès à l'offre, animer les communautés locales, et accélérer le développement d'entreprises sur l'ensemble des territoires.

Les feuilles de route et les plans d'action menés par ces organismes nationaux en fonction des directives gouvernementales se répercutent dans les territoires. Avec les réformes territoriales de décentralisation, les collectivités jouent un rôle de plus en plus important dans la mise en oeuvre des politiques de développement économique, au détriment des chambres consulaires et autres agences. Elles sont incitées à répondre aux différents appels à projet élaborés par

l'AFE, puis par la BPI. Par exemple, les Régions ont reçu en 2017 l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) intitulé « Initiatives structurantes pour l'entrepreneuriat dans les territoires fragiles » qui vise à augmenter de 43 % à 50 % l'accompagnement à la création et au développement d'entreprises des personnes vivant en QPV. Les Départements et les Intercommunalités<sup>38</sup> sont également concernés lorsque les appels à projet impliquent leurs domaines de compétence. A côté des collectivités territoriales, les structures d'accompagnement et de financement à la création et au développement d'activité s'approprient les directives relatives à la territorialisation de l'entrepreneuriat en QPV. Souvent de statut associatif et dépendantes des fonds publics, ces structures suivent les appels d'offre européens, nationaux, et locaux. Par exemple, l'Adie entend accroître de 30 % le nombre d'entreprises qu'elle finance et/ou accompagne dans les QPV, en réponse aux objectifs prônés par le président de la République et repris par la BPI (Adie, 2017). Pour atteindre ces objectifs, les structures d'accompagnement et de financement établissent parfois des dispositifs spécifiques aux entrepreneurs des QPV. C'est le cas de France Active<sup>39</sup> qui a adapté son système de garantie bancaire. Alors que la couverture maximale de sa garantie classique s'élève à 65 % d'un prêt pouvant atteindre jusqu'à 45 000 euros, elle est de 80 % dans les QPV.

*Ce que désigne l'expression « acteurs de l'accompagnement »*

Dans leur définition stricte, les structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité désignent les acteurs qui conseillent et suivent les individus dans leur démarche entrepreneuriale. L'acteur institutionnel le plus mobilisé sur le territoire français est la BGE. Toutefois, ces structures d'accompagnement collaborent avec d'autres structures relatives à la sensibilisation, au financement, et/ou à l'hébergement des entrepreneurs. Ces structures font partie de l'écosystème général de l'accompagnement entrepreneurial. Elles agissent avant, pendant, et/ou après l'accompagnement proprement dit. Dans ce cadre, j'utilise l'expression « acteurs de l'accompagnement étendu ». Initiative France<sup>40</sup>, France Active, et l'Adie constituent les principales structures de financement à l'échelle nationale. Les types d'hébergement portés par différents acteurs se déclinent quant à eux en hôtels d'entreprises, espaces de coworking, pépinières, et autres incubateurs qui seront détaillés au fil de la thèse quand cela s'avère nécessaire. Du fait de son statut associatif et de ses financements publics, la majorité des structures de l'accompagnement étendu agit en relation avec les acteurs politiques nationaux et locaux. Ceux-ci représentent souvent leurs donneurs d'ordres. Ils orientent les stratégies et les actions de soutien à l'entrepreneuriat qu'elles mettent en œuvre. En sélectionnant les structures à qui attribuer leurs financements, ils participent à la structuration territoriale de l'accompagnement à l'entrepreneuriat.

38 A noter que les intercommunalités ne sont pas des collectivités territoriales mais des établissements publics qui regroupent des collectivités territoriales.

39 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

40 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

Le schéma ci-dessous illustre l'imbrication multiscaleaire des acteurs qui œuvrent au soutien de l'entrepreneuriat en QPV.

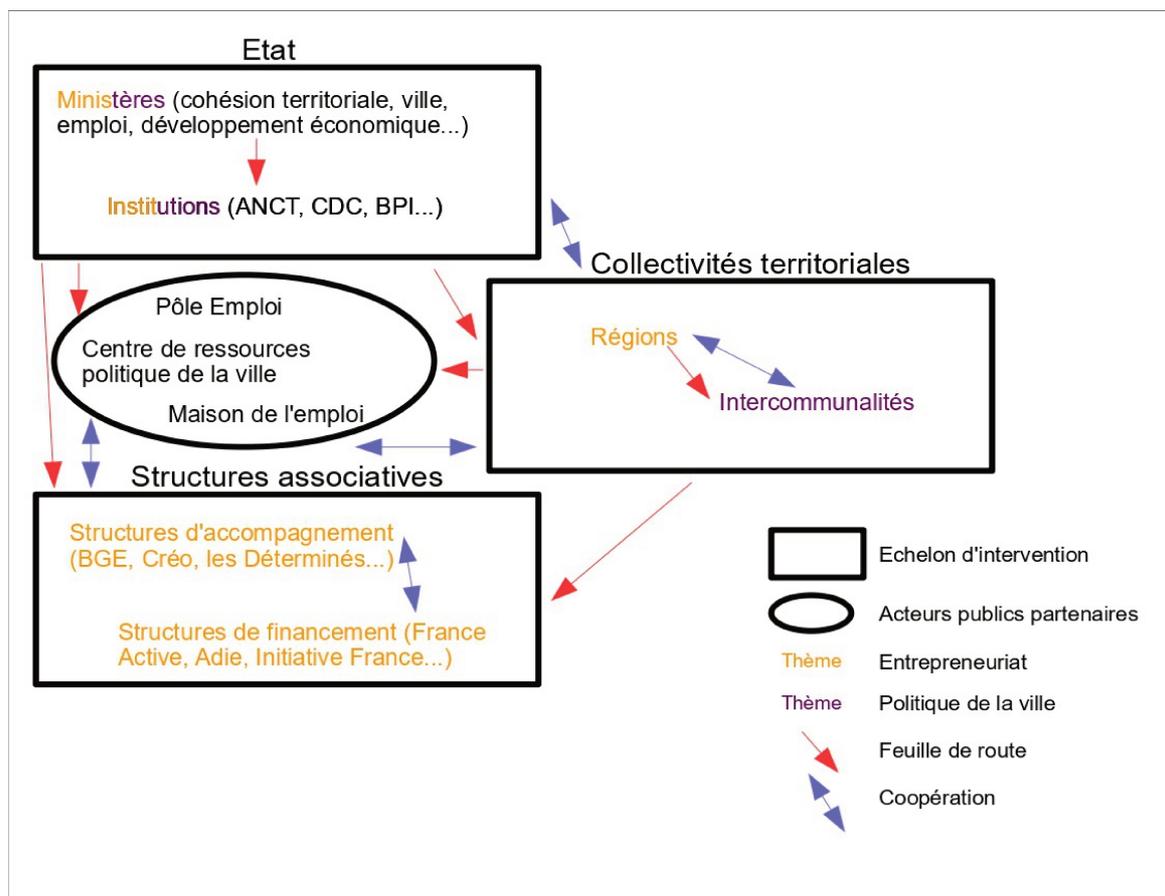


Illustration 2: Les acteurs de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV

Réalisation : Loréna Clément, 2021.

### 1.2.2.2 Les dispositifs pluriels de soutien à l'entrepreneuriat en QPV

Comme l'ensemble de la population française, les entrepreneurs des QPV sont bénéficiaires des aides de droit commun dédiées à la création et au développement d'entreprise. Accumulées à travers les années, ces aides sont nombreuses et mises en place par un panel d'acteurs. Elles s'adressent en outre à des publics différents selon les objectifs qu'elles suivent. Cette pluralité est souvent critiquée par les acteurs rencontrés et par les chercheurs étudiant l'accompagnement entrepreneurial qui insistent sur leur caractère illisible (Cabannes, Fougère, 2013). Cette inintelligibilité se joue à plusieurs niveaux. D'abord, ces aides sont destinées à

des profils variables. Certaines s'adressent à des profils d'entrepreneurs comme les jeunes, les handicapés, les demandeurs d'emploi, ou les femmes. D'autres s'adressent à des profils d'entreprise comme les entreprises à potentiel de développement, et/ou à des types d'activité comme l'artisanat, le commerce, ou le digital, et/ou à des temporalités de l'activité comme l'anté-crédation ou la post-crédation. D'autres encore s'adressent à des profils territoriaux comme les espaces ruraux ou les QPV. Selon ses caractéristiques sociales, spatiales, et économiques, un entrepreneur peut combiner plusieurs aides. Celles-ci peuvent concerner la fiscalité, le financement, l'accompagnement, ou encore l'hébergement. Ensuite, ces aides sont portées par des acteurs divers agissant à des échelles différentes. Certaines dépendent d'institutions nationales, d'autres de collectivités territoriales, d'autres encore d'initiatives individuelles. Elles sont mises en œuvre localement, soit par les antennes territoriales des institutions nationales concernées, soit par des structures associatives spécialisées à qui l'action a été déléguée, soit par des fondations et des entreprises privées. Chaque acteur possède sa propre cible de public en fonction des missions qu'il mène. Malgré ce caractère foisonnant, deux types d'aide à l'entrepreneuriat émergent de la multitude et reprennent les deux types d'objectif cités précédemment : les aides aux personnes et aux territoires considérés en difficulté mêlant des objectifs d'insertion sociale et de développement économique, les aides à l'innovation et à la croissance économique centrées sur le développement économique. Réalisé à partir d'un recensement au long de l'enquête de terrain, le tableau ci-dessous dresse une esquisse des dispositifs nationaux de soutien à l'entrepreneuriat. Il se focalise sur les dispositifs pertinents à présenter dans le cadre de cette thèse, qui concernent des profils sociaux ou spatiaux relatifs aux QPV. Par exemple, les dispositifs ciblant les territoires ruraux ou les entreprises technologiques à fort potentiel de croissance ont été laissés de côté afin d'aller à l'essentiel et d'éviter de se perdre dans les nombreuses aides à l'entrepreneuriat de droit commun.

<b>Domaine</b>	<b>Nom</b>	<b>Date de création</b>	<b>Action</b>	<b>Acteurs en charge de la mise en œuvre</b>	<b>Cible concernée</b>	<b>Déclinaison adaptée aux QPV</b>
Fiscalité	Aide à la création et à la reprise d'entreprise (Accre)	1977	Exonérations temporaires des cotisations sociales	Pôle Emploi	Demandeurs d'emploi, jeunes de 18 à 26 ans, habitants de QPV, bénéficiaires de <i>minima</i> sociaux, salariés licenciés	Non

Domaine	Nom	Date de création	Action	Acteurs en charge de la mise en œuvre	Cible concernée	Déclinaison adaptée aux QPV
	Aide à la reprise ou à la création d'entreprise (Arce)	2006	Transformation de 45 % du reliquat de l'assurance chômage en capital mobilisable pour la création d'entreprise	Pôle Emploi	Bénéficiaires de l'Acre qui sont demandeurs d'emploi	Non
Financement	Prêt d'honneur	Années 1980	Prêt personnel à taux zéro	Structures de financement (Initiative France, Réseau Entreprendre <sup>41</sup> , Adie...) et fondations.	Tout entrepreneur en fonction des critères de chaque structure	En fonction des partenariats avec les EPCI <sup>42</sup> (par exemple, le dispositif d'Initiative Plaine Commune « J'entreprends dans mon quartier »)
	Microcrédit	1989	Crédit pour des montants inférieurs à 1000 euros	Adie	Personnes exclues du crédit bancaire classique	Non
	Garantie	Années 1980	Garantie d'un certain montant du crédit bancaire de l'entrepreneur par la structure de financement	Structures de financement (France Active...)	Tout entrepreneur en fonction des critères de chaque structure	Garantie Égalité des territoires de France Active (jusqu'à 80 % du prêt)
Accompagnement étendu (qui inclut les acteurs du financement et de l'hébergement)	Nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise (Nacre)	2009	Programme d'heures d'accompagnement anté et/ou post-crédit	Structures œuvrant sur le territoire agréées par la Région (BGE, CCI <sup>43</sup> ...)	Bénéficiaires de l'Acre	Non
	<i>French Tech</i>	2017	Formations dans un incubateur et prêt financier	Structures d'hébergement proposant de l'accompagnement	Start-up dans l'innovation avec un potentiel de croissance	« <i>French Tech</i> Diversité » qui s'adresse

41 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

42 Établissement public de coopération intercommunale.

43 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

Domaine	Nom	Date de création	Action	Acteurs en charge de la mise en œuvre	Cible concernée	Déclinaison adaptée aux QPV
						aux habitants de QPV, aux étudiants boursiers, et aux bénéficiaires de minima sociaux
	Fabrique à Entreprendre	2013	Mise en réseau des acteurs de l'accompagnement étendu pour les visibiliser et les renforcer	Acteurs lauréats de l'appel à projet lancé par la CDC	Les entrepreneurs d'un territoire	Des Fabriques à entreprendre portées par des Citélabs
Hébergement	Programme « Nouveaux lieux, nouveaux liens »	2019	Développer l'offre des tiers-lieux sur l'ensemble du territoire français	Acteurs lauréats de l'AMI lancé par le gouvernement	Les entrepreneurs et les habitants d'un territoire	Objectif de 150 tiers-lieux en QPV

Tableau 1: Des dispositifs nationaux de soutien à l'entrepreneuriat présents dans les terrains d'étude

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

A côté des actions de droit commun dont l'effectivité en politique de la ville est depuis longtemps et régulièrement critiquée, des dispositifs spécifiques sont élaborés à partir des années 2000. A l'initiative des différents organismes nationaux traitant de la politique de la ville, leur nombre a augmenté depuis les années 2010. Ils concernent les domaines du financement, de l'accompagnement, et/ou de l'hébergement. Sur le même modèle que le tableau précédent, l'illustration ci-dessous conçue à partir des recherches de terrain en cite les principaux.

Domaine	Nom	Date de création	Action	Acteurs en charge de la mise en œuvre	Public spécifique
Accompagnement	Citélab	2002	Aide à formuler l'idée en amont de la création	Structures d'accompagnement lauréates de l'appel à projet de la CDC	Tout entrepreneur

	Charte Entreprises et Quartiers	2013	Offre de mentorat, parrainage et mécénat de compétences	Entreprises	Tout entrepreneur
	Pacte avec les quartiers pour toutes les entreprises (Paqte)	2018	Offre de mentorat, parrainage et mécénat de compétences	Entreprises	Tout entrepreneur
Valorisation	Concours Talents des Cités	2002	Visibilisation des entrepreneurs et offre de prix (financement, hébergement...)	BPI et BGE	Des créateurs récents
Fiscalité	Zone franche urbaine – Territoire entrepreneur (ZFU-TE)	2014	Exonérations et allègements fiscaux	État	Commerces et services de proximité, TPE.
Hébergement	Centre d'affaires de quartier (Caq)	2014	Mise à disposition de locaux de travail	Lauréats de l'appel à projet lancé par la CDC et le CGET	TPE

Tableau 2: Des dispositifs entrepreneuriaux spécifiques aux QPV

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Dans la lignée du contexte politique et économique national valorisant la création d'entreprises, des mesures publiques soutenant l'entrepreneuriat ont intégré la politique de la ville. Leur relative jeunesse et leur processus de territorialisation en cours en font un objet d'étude intéressant en ce que leur cadre est encore mouvant et qu'il englobe un ensemble d'acteurs aux objectifs et aux stratégies hétérogènes. À quels objectifs répondent ces mesures ? Quels publics ciblent-elles ? Quelles formes concrètes prend leur mise en œuvre locale ? Autant de questionnements qu'il s'agit de présenter en précisant la problématisation.

## **2 Étudier la mise en œuvre et les effets d'une politique d'égalité des chances**

### **2.1 L'égalité des chances par l'accompagnement à l'entrepreneuriat**

#### *2.1.1 Une politique de la ville pour réduire la fracture socio-territoriale*

##### 2.1.1.1 Égalité et aménagement du territoire

Le soutien à l'entrepreneuriat en QPV s'inscrit dans la politique de la ville. Celle-ci vise l'égalité dans un contexte de fracture territoriale, comme le rappellent les vœux de Jacqueline Gourault, ministre de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, qui ont été présentés en janvier 2021 aux services de l'ANCT : « Redonner ses lettres de noblesse à l'aménagement du territoire, c'est aussi lutter contre les fractures territoriales et les assignations à résidence qui abîment notre pacte social ». L'égalité des territoires constitue l'un des fondements des politiques d'aménagement en France car elle relève du principe d'unité républicaine dont l'État est le garant (Ozouf-Marignier, 2020). Après la seconde guerre mondiale, la solidarité sociale par l'équilibre spatial est devenue l'une des finalités des politiques territoriales. L'ouvrage de Jean-François Gravier paru en 1947 et intitulé *Paris et le désert français* dresse le constat d'un nécessaire aménagement du territoire national pour rééquilibrer le poids de Paris au profit de la province. Il prend en partie forme à travers le plan national d'aménagement du territoire présenté en 1950 par le ministre de la reconstruction et de l'urbanisme, Eugène Claudius-Petit, qui propose une meilleure répartition des activités et des hommes pour améliorer leurs conditions de vie. L'équilibre se traduit par une rationalisation spatiale. Toutefois, cet objectif d'équilibre est tiraillé entre une logique de solidarité et une logique de compétitivité entre les territoires, qui structurent les stratégies nationales d'aménagement. L'évolution de la titulerie de l'administration qui porte ces stratégies est révélatrice : la délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale devient celle de l'attractivité régionale (Datar), avant de laisser la place en 2005 à la

délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires (Diact). Cette dernière se transforme en 2014 en commissariat général à l'égalité du territoire (CGET), pour aboutir à l'agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) en 2020. Regroupant les anciennes équipes de la Datar et de la politique de la ville, l'un de ses buts consiste à réparer les déséquilibres provoqués par la logique de compétition territoriale. Le renforcement des inégalités territoriales, notamment à l'échelle inframétropolitaine, est en partie le fruit de stratégies d'attractivité qui avantagent certains territoires par rapport à d'autres. Les processus urbains comme la métropolisation conduisent les acteurs locaux à tirer leur épingle du jeu en valorisant leur spécificité pour attirer les richesses sur leur territoire. Les phénomènes de concentration et de différenciation spatiales entraînent un développement inégal des territoires qui accroît les inégalités de niveaux de vie entre les populations. Sans énoncer clairement ces causes, les politiques publiques d'égalité territoriale visent à rattraper le retard multidimensionnel qu'elles occasionnent dans certains lieux. C'est le cas des espaces ruraux et des QPV qui sont définis comme « fragiles » par l'administration nationale. L'article 1 de la réforme de la politique de la ville du 21 février 2014 rappelle cet objectif de lutte contre les inégalités territoriales : « La politique de la ville est une politique de cohésion urbaine et de solidarité, nationale et locale, envers les quartiers défavorisés et leurs habitants. Elle est conduite par l'État, les collectivités territoriales et leurs groupements dans l'objectif commun d'assurer l'égalité entre les territoires, de réduire les écarts de développement entre les quartiers défavorisés et leurs unités urbaines et d'améliorer les conditions de vie de leurs habitants ». La réduction de la fracture territoriale se décline en plusieurs formes : de compensation et péréquation, de localisation et répartition. Cette dernière intéresse davantage l'objet de la thèse. La politique distributive menée par l'État s'inscrit dans une conception traditionnelle de l'égalité qui vise un égal accès spatial aux ressources. Par exemple, l'égal accès aux services publics est un principe réglementaire du droit français qui procède du principe général d'égalité de tous devant la loi, proclamé par la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen en 1789. Il s'agit de répartir spatialement les services et les activités selon des critères de distance et de densité.

### 2.1.1.2 Le caractère indéfini et pluriel de l'égalité

Si l'objectif d'égalité poursuivi par des mesures d'accès spatial aux services et aux activités est clairement énoncé dans la politique de la ville, la nature des inégalités qu'elle entend résorber est confuse. Le texte de réforme de la politique de la ville parle de « 1° Lutter contre les

inégalités de tous ordres, les concentrations de pauvreté et les fractures économiques, sociales, numériques et territoriales [...] ; 10° Concourir à l'égalité entre les femmes et les hommes, à la politique d'intégration et à la lutte contre les discriminations dont sont victimes les habitants des quartiers défavorisés, notamment celles liées au lieu de résidence et à l'origine réelle ou supposée ». Inégalités territoriales et inégalités sociales sont imbriquées selon un postulat d'équivalence, sans que le texte de loi ne clarifie leur relation. Finalement, la politique d'égalité territoriale renvoie à une politique d'égalité multidimensionnelle. En opérant sur la dimension spatiale, les acteurs publics qui portent la politique de la ville entendent réduire les inégalités de conditions de vie des populations que les inégalités territoriales renforcent. Il s'agit d'atteindre l'égalité des chances des personnes par des politiques territoriales, comme le prouve la mission sur l'égalité des chances sous l'angle de l'équité territoriale que le premier ministre a confié en mars 2021 au député des Bouches-du-Rhône, Saïd Ahamada. Dans son rapport, le député examine « comment les dispositifs de cohésion et d'aménagement du territoire mis en place par le Gouvernement participent à réduire la fracture territoriale et à favoriser l'égalité des chances pour tous » (Ahamada, 2021, p.1). Popularisée par les acteurs politiques à la fin des années 2000, l'égalité des chances désigne le fait d'offrir à tous la possibilité d'occuper les meilleures places dans la société en fonction du principe méritocratique (Dubet, 2010).

### 2.1.1.3 Une discrimination territoriale pour des mêmes droits

Dans la politique de la ville, l'égalité des chances se traduit par un principe d'équité territoriale, c'est-à-dire un traitement différencié en fonction des besoins pour résorber les disparités entre les centres et les périphéries, et assurer à chacun, où qu'il réside, une qualité de vie satisfaisante. Moins pourvus, les quartiers prioritaires reçoivent des aides spécifiques selon une logique de réparation. Ils font l'objet d'une discrimination territoriale positive qui contrevient à l'image communément admise de l'égalité républicaine, entendue comme un traitement universel partout et pour tous. Ce constat révèle la tension entre universalité et spécificité qui traverse l'action publique. Tout en visant l'égalité, cette dernière met en oeuvre des stratégies de différenciation territoriale et promeut la cohésion. Cette notion propose une synthèse entre les logiques de compétition et d'égalité : il ne s'agit pas de réduire les écarts de développement territorial selon une logique distributive universaliste, mais plutôt de « faire tenir ensemble » en s'appuyant sur la diversité des spécificités pour parvenir à l'égalité des chances. Bien qu'elle ne soit pas neuve<sup>44</sup>, cette approche se renforce depuis quelques années,

44 La notion de cohésion s'est imposée dans les politiques publiques françaises depuis les années 1980. Elle

comme le prouve la finalité principale de l'ANCT qui vise à soutenir les collectivités dans la mise en œuvre de leur propre projet territorial. Elle n'est pas l'apanage de la France, qui suit les directives de l'Union Européenne. Celle-ci a publié un *Livre vert sur la cohésion territoriale* en 2008, dans lequel elle privilégie la réduction des écarts spatiaux en considérant la diversité territoriale comme un atout. Cette mise en valeur de la spécificité territoriale questionne la finalité de la politique de la ville. La discrimination positive dont les QPV font l'objet vise-elle à les conformer au droit commun selon une logique d'égalité abstraite, ou à les distinguer selon une logique de reconnaissance des différences ? Le paradoxe apparaît dans les récents discours politiques, qui restent attachés au modèle républicain universaliste et que la discrimination territoriale positive doit permettre d'atteindre. Dans son discours du 22 mai 2018 intitulé « Une chance pour chacun » relatif à la situation socio-économique dans les quartiers, le président Emmanuel Macron déclare que : « La première chose c'est que je crois que ce qu'il nous faut dans les quartiers ce sont les mêmes droits et des droits réels. La politique que je veux que nous puissions promouvoir, et que le Premier ministre va impulser, ce n'est pas une politique de différenciation, ce n'est pas une politique forcément spécifique, c'est une politique des mêmes droits, mais des droits réels, c'est très exigeant dans des quartiers où on s'est parfois habitué à ne plus avoir les mêmes droits qu'ailleurs ».

Après avoir présenté la déclinaison de l'égalité dans la politique de la ville, il s'agit d'étudier le cas plus spécifique de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, qui constitue l'une des mesures du pilier du développement économique des contrats de ville.

## 2.1.2 *Droit à entreprendre et égalité socio-spatiale*

### 2.1.2.1 Répartir en faveur de l'ascension individuelle et du développement local

Les documents institutionnels recensés articulent la politique de soutien à l'entrepreneuriat et la réduction de la fracture territoriale de plusieurs façons. D'abord, cette politique vise à lutter contre l'inégalité des chances urbaines en favorisant l'accès local à un accompagnement dans des territoires caractérisés par l'absence. Les QPV sont définis par leur écart au processus de

---

marque le passage de politiques étatiques visant à réduire les inégalités sociales à des politiques étatiques visant à augmenter les chances des individus dans une société concurrentielle (Donzelot, 2011).

développement économique, qui serait lié à leur enclavement et au manque d'acteurs économiques sur place. La distribution spatiale mise en oeuvre dans la politique de la ville cherche à remédier à ces effets de lieux négatifs en « garanti[ssant] aux habitants des quartiers défavorisés l'égalité réelle d'accès aux droits, à l'éducation, à la culture, aux services et aux équipements publics »<sup>45</sup>. Dans le champ de l'entrepreneuriat, cette approche se traduit par la garantie de l'accès à l'accompagnement à travers une nouvelle répartition spatiale des structures, alors que le terme « entrepreneur » est fortement corrélé aux termes « difficulté » et « manque » dans les textes institutionnels analysés lors du mémoire de recherche (Clément, 2017). La BPI affirme cette position en déclarant sur son site internet vouloir « honorer la promesse républicaine et garantir l'égalité d'accès à nos offres » grâce au programme « Entrepreneuriat pour tous ». Les objectifs énoncés dans le rapport d'activité de l'année 2017 de l'AFE démontrent cette logique de rééquilibrage spatial en voulant augmenter de 50 % la part de l'activité des réseaux de l'accompagnement entrepreneurial dans les QPV, et porter à 50 % la part des entrepreneurs des territoires fragiles accompagnés par ces mêmes réseaux (AFE, 2018). Ces derniers reprennent les directives administratives nationales dans leurs discours et leurs pratiques. Par exemple, la BGE a intitulé son rapport d'activité de l'année 2018 « Démocratiser la réussite entrepreneuriale », en insistant sur l'objectif d'offrir à tous les mêmes chances de créer son entreprise.

Par le renforcement de l'accès au soutien entrepreneurial en QPV, les acteurs institutionnels visent l'égalité des chances. L'implantation locale de structures d'accompagnement permettrait d'égaliser les opportunités de création d'activité entre les individus. Pour que « chacun [ait] le pouvoir de s'élever socialement par ses propres moyens » en créant une entreprise, l'État doit offrir un « permis d'entreprendre pour tous » selon Hervé Novelli, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des PME, du tourisme, des services, et de la consommation qui a soutenu la création du régime de l'auto-entreprise en 2009 (Abdelnour, 2017, p.152). Dix ans plus tard, les propos du président de la République perpétuent ce rôle de l'État. Dans son discours du 22 mai 2018, Emmanuel Macron prône une « politique de l'émancipation, c'est que chacun puisse aller vers ce à quoi il aspire, et qu'il n'y ait plus cette assignation à résidence, sociale ou territoriale, qui fait que quand on est né à un endroit, ou quand on a eu un accident de la vie à un endroit, eh bien il n'est plus possible de s'en sortir [...] c'est que je veux que chacun, ensuite, puisse choisir sa vie ». L'émancipation de l'individu se

---

45 C'est ce qu'énonce l'article 1 de la réforme de la politique de la ville du 21 février 2014.

concrétiserait à l'aide de politiques publiques territorialisées qui favorisent la « réussite économique » de chacun. Quelques mois plus tôt dans le discours de « mobilisation nationale pour les villes et pour les quartiers » tenu à Tourcoing, Emmanuel Macron revendiquait déjà un « droit à la politique économique » pour « les gens des quartiers » : « Et donc si nous ne faisons rien, ou si nous continuons à avoir des politiques qui seraient en quelque sorte spécifiquement dédiées à des quartiers, parce qu'ils sont définis comme étant en difficulté, pour toute éternité, ou spécifiquement dédiées à des personnes, parce qu'elles seraient condamnées à ces difficultés, nous resterons dans cette société statutaire où la réussite est pour une aristocratie économique, qui aurait seule droit à l'innovation, à l'excellence des compétences, et où il y aurait toute une autre partie de notre société qui, elle, aurait le droit, en quelque sorte, à des dispositifs aidés ou à la subvention publique ». La politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV doit égaliser l'accès aux ressources entrepreneuriales pour permettre à chacun de prétendre à l'ensemble des places sociales disponibles dans la société.

Dans une rétroaction positive, la réussite entrepreneuriale des individus vivant en QPV permettrait le développement local, qui constitue l'un des enjeux de la réduction de la fracture territoriale. Des personnes accompagnées implanteraient localement leur entreprise, ce qui réduirait l'écart de répartition des établissements à caractère économique entre les QPV et leurs unités urbaines englobantes, et les intégrerait dans les dynamiques économiques et urbaines plus larges. Cette dynamique économique améliorerait la qualité de vie des habitants en leur proposant davantage de services et/ou de biens sur place. L'ensemble de ces objectifs est énoncé dans différents rapports institutionnels qui traitent du soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Le schéma ci-dessous rend compte du caractère pluriel de l'égalité dans la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. Considérée comme une finalité et comme un moyen d'action, elle est d'ordre spatial et social.

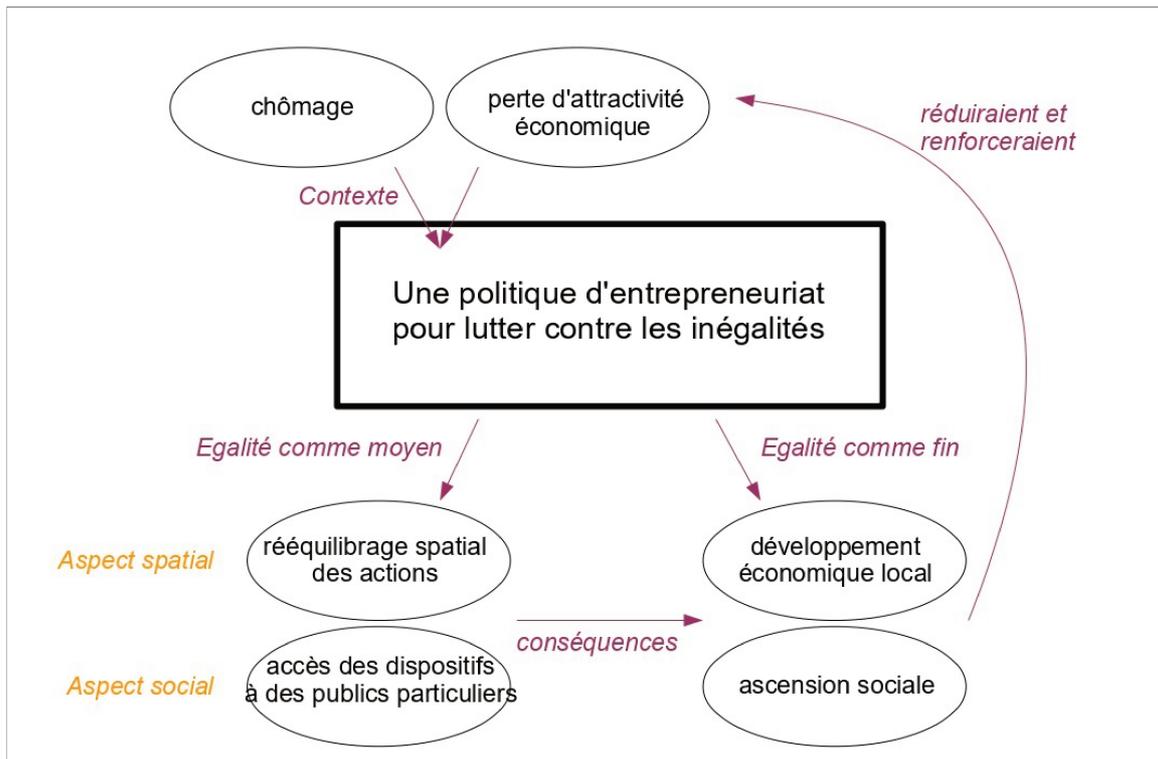


Illustration 3: L'accompagnement à l'entrepreneuriat comme politique en faveur de l'égalité

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

### 2.1.2.2 Une politique entre continuité et évolution

L'accompagnement à l'entrepreneuriat s'inscrit en continuité de la politique de la ville en luttant contre les inégalités spatiales et sociales. A la frontière entre l'objectif de croissance économique et l'objectif d'insertion sociale, il permettrait d'atteindre deux enjeux centraux de la politique de la ville : la redynamisation économique des QPV et l'insertion et l'emploi de leurs habitants (Cour des Comptes, 2002). Les acteurs de l'entrepreneuriat légitiment leurs actions en reprenant les propos des acteurs politiques et administratifs nationaux. Par exemple, le président d'Initiative France déclare que la politique de soutien à la création d'activité en QPV représente un « levier majeur de la réduction de la fracture sociale et territoriale en France » (BGE, 2019 p.22). Ils s'appuient aussi sur les moyens d'actions traditionnels de la politique de la ville, à savoir la redistribution spatiale de l'accès aux structures.

Mais la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV repose également sur la capacité des individus à lutter contre les inégalités. Inspiré par l'idéologie du self-made-man, le discours commun présente la création d'entreprise comme une démarche fondée sur le mérite personnel. Tout un chacun pourrait devenir entrepreneur et réussir tant qu'il en a la volonté. L'acte d'entreprendre favoriserait l'ascension sociale en ce qu'il n'associe pas les individus à une place sociale déterminée par les structures inégalitaires. Ce discours qui définit l'entrepreneuriat comme un moyen de rétablir l'égalité des chances est porté par une série d'acteurs politiques et économiques. La journée du 25 novembre 2019 intitulée « Entrepreneuriat et mobilité sociale »<sup>46</sup> qui s'est déroulée au Ministère de l'économie à Bercy est un exemple frappant de sa promotion conjointe par des acteurs variés. Accueillis dans les locaux du Gouvernement, les organisateurs<sup>47</sup> se sont adressés à un public constitué majoritairement de lycéens franciliens. Ils leur ont présenté l'entrepreneuriat comme une démarche qui repose seulement sur leurs compétences personnelles, et plus particulièrement sur leur détermination, quels que soient leur lieu de vie et leur situation sociale. Pour asseoir cette affirmation, le président de Citizen a utilisé à cinq reprises dans son discours inaugural l'expression d'« entrepreneuriat de destin » pour valoriser le rôle de la volonté individuelle. Il remet implicitement en cause l'existence d'inégalités socio-territoriales contre lesquelles luttent les pouvoirs publics en promouvant « un système où chacun a sa chance », qui serait dégage de toute forme de discrimination. Si les discours des acteurs politiques nationaux sont généralement moins tranchés que ceux des acteurs économiques présents lors de cette journée, ils montrent aussi une appétence à considérer l'entrepreneuriat comme une solution d'ascension sociale. Lorsqu'il met en place le statut de l'auto-entreprise en 2009, Hervé Novelli déclare dans une interview : « quel meilleur ascenseur social que l'entreprise ? Mais l'autoentreprise fait mieux encore : ne nécessitant ni moyens, ni diplômes, ni relations, elle met à égalité un jeune de banlieue et un retraité du XVI arrondissement. Ce qui compte, c'est l'idée et la « niaque » mise en œuvre pour le faire prospérer. Tout le monde a la même chance. C'est un vrai statut de pacification sociale » (Abdelnour, 2017, p.74). Dominique Huret, le second créateur de la loi, va dans le même sens en valorisant la « dimension fondamentalement sociale » de l'entrepreneuriat en ce qu'il représente un moyen d'« ascension sociale des personnes disposant de très peu de ressources » (*ibid*, p.78).

---

46 J'ai participé à cette journée dans le cadre de mes observations de terrain.

47 Il s'agit de BNP Paribas, de Citizen, et de 100 000 entrepreneurs. Citizen est une association créée en 2007 qui promeut l'entrepreneuriat auprès des jeunes en France et à l'international à travers la constitution d'un réseau. 100 000 entrepreneurs est une association créée aussi en 2007 qui entend transmettre la culture et l'envie d'entreprendre aux jeunes de 13 à 25 ans. Elle propose des temps de sensibilisation dans les établissements scolaires.

### 2.1.2.3 Une ambiguïté idéologique

Bien qu'elle s'inscrive dans la traditionnelle lutte contre les inégalités par le redéploiement spatial de l'accès aux ressources urbaines, la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV valorise aussi une démarche individuelle qui promeut la réussite en fonction des mérites personnels. Les inégalités structurelles et leurs discriminations afférentes n'auraient plus prise face au poids de la volonté individuelle. Or les QPV condensent une multiplicité d'inégalités et de discriminations. Une part importante de leur population est issue des classes populaires<sup>48</sup> et/ou est d'origine étrangère<sup>49</sup>, ce qui constitue deux facteurs de potentielles discriminations. De nombreux travaux de sociologie mettent en évidence l'existence de discriminations dans l'emploi (Du Parquet, Petit, 2019 ; Beauchemin et al., 2015 ; Eckert, 2011) et dans les systèmes scolaire et universitaire (Beauchemin et al., 2015 ; Truong, 2015 ; Beaud, 2003). Les discriminations liées à la classe sociale, à la race<sup>50</sup>, ou encore au genre affectent les parcours des habitants des QPV. Elles renforcent parfois leur précarité professionnelle et sociale, qui est visible à travers les taux de chômage importants présentés précédemment. D'ailleurs, l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé)<sup>51</sup> a proposé des plans territoriaux de prévention des discriminations dans son cadre de référence en 2011 : « le fait d'habiter un quartier de la politique de la ville est bien souvent un facteur de discrimination qui induit une rupture dans l'égalité de traitement<sup>52</sup>. Cela se combine avec d'autres facteurs de discriminations que sont principalement l'origine et le genre. L'objectif des plans territoriaux est d'identifier, de réduire et de prévenir les discriminations auxquelles sont exposés les habitants des quartiers prioritaires de manière avérée ou potentielle, dans tous les domaines de l'action publique (emploi, logement, éducation,...) ». La lutte contre les discriminations est devenue l'un des axes transversaux des contrats de ville établis pour la période 2015-2020.

---

48 J'utilise ce terme d'après la définition d'Olivier Schwartz qui les définit par leur position économique et symbolique dominée, mais aussi par leur séparation d'avec la culture et les modes de vie des classes moyennes et supérieures (Siblot et al., 2015).

49 Selon les données Insee de l'année 2019, le taux d'étrangers concerne 21,2 % de la population vivant en QPV contre 7,1 % de la population vivant en France.

50 Suivant le travail pionnier de la sociologue et militante Colette Guillaumin (Guillaumin, 1972), j'utilise ce terme en tant que catégorie sociale et clef d'analyse des inégalités et des processus de domination à l'œuvre dans la société, et non pas en tant que donnée biologique inhérente qui avaliserait une hiérarchie sociale.

51 L'Acsé est un établissement public national à caractère administratif, créé en 2006, qui agit en faveur des personnes en difficulté d'insertion sociale ou professionnelle. Il a été remplacé par le CGET en 2014.

52 La réforme de la politique de la ville du 21 février 2014 introduit le lieu de résidence comme vingtième critère de discrimination dans la législation française.

En s'appuyant sur le discours commun d'ascension sociale par le mérite personnel, la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV interroge le rôle des acteurs publics. Si un égal accès spatial aux structures d'accompagnement incombe à la puissance publique, la réussite professionnelle incombe à l'entrepreneur qui doit faire montre de détermination. Les acteurs politiques et administratifs promeuvent la figure du self-made-man mais reconnaissent la nécessité de réduire les inégalités urbaines pour permettre à chacun d'agir sans entrave. Lorsqu'il était ministre de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, Julien Denormandie a déclaré que « les pires des inégalités dans notre pays, ce sont les inégalités de destin » dans le préambule du rapport d'activité de la BGE de l'année 2018 (BGE, 2019, p.14). Tout en affirmant l'influence du « lieu de naissance » dans la réussite des individus (*ibid.*), il rapproche les termes « inégalité » et « destin », comme les acteurs économiques présentés antérieurement qui revendiquent un destin fondé sur la seule volonté individuelle. Le rapport *Égalité des chances sous l'angle de l'équité territoriale*, remis au premier ministre en juillet 2021, évoque aussi les inégalités de destin dans la lutte pour l'égalité des chances. Elles sont définies comme des inégalités de réussite individuelle liées au milieu social et au lieu de naissance, sans que les inégalités structurelles ne soient explicitées (Ahamada, 2020). Les moyens proposés pour y remédier reposent sur des dispositifs individuels à destination des jeunes, tels que le mentorat ou l'internat. La thèse s'inscrit alors dans le débat scientifique qui questionne les effets des politiques publiques d'insertion, la création d'entreprise constituant un processus à la fois de développement des capacités et de responsabilisation personnelles. J'y reviendrai plus en détails lors de l'analyse des résultats d'enquête.

Pour résumer, la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV vise l'égalité des chances par la distribution spatiale. Elle s'inscrit dans une vision classique de l'égalité par la répartition, tout en accordant un rôle important à la volonté des individus. Il convient maintenant de détailler les axes de questionnement soulevés par cet état des lieux, ainsi que les entrées théoriques qu'ils mobilisent.

## **2.2 Questionner une politique « d'entrepreneuriat pour tous » en QPV**

### *2.2.1 Analyser les modalités et les effets de l'accompagnement à l'entrepreneuriat*

Les discours politico-institutionnels présentent la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV comme un processus visant l'égalité des chances à travers une redistribution spatiale qui faciliterait l'initiative économique de tous. Il s'agit de rendre la démarche entrepreneuriale accessible à tout le monde en ouvrant les structures d'accompagnement pour favoriser l'ascension sociale des individus. La thèse questionne cette politique d'entrepreneuriat pour tous à travers deux axes : quelles sont les modalités de l'accompagnement à l'entrepreneuriat dans les QPV ? Quels sont les effets de la démarche entrepreneuriale par rapport à la promesse d'ascension individuelle ? La thèse cherche à comprendre ce que signifie et ce que produit la mise en oeuvre de cette politique publique dans des territoires marqués par un contexte socio-économique précaire, en étudiant l'accès aux ressources entrepreneuriales proposé par les structures d'accompagnement ainsi que leurs effets sur les capacités d'action des personnes suivies.

#### 2.2.1.1 L'accès aux ressources entrepreneuriales

En examinant l'accès aux ressources entrepreneuriales, l'approche choisie n'entend pas mesurer l'accessibilité selon une méthodologie quantitative qui analyse la répartition spatiale des structures, car leur présence ne signifie pas pour autant que les entrepreneurs s'y rendent. L'accès à un lieu et/ou à une activité ne dépend pas que de la répartition spatiale, mais aussi de la connexion au système de transport, de l'organisation temporelle, et des « caractéristiques individuelles telles que le revenu, l'âge, le genre, l'origine sociale, les compétences physiques ou cognitives, etc., qui influencent la capacité à utiliser certains modes ou certains services de transport, le degré de discrimination vis-à-vis de la pratique de certaines activités ou encore les systèmes de contraintes individuels » (Fol, Gallez, 2013, p.2). De fait, la présence de ressources dans un lieu ne signifie pas qu'elles sont accessibles à tous. L'étude des politiques d'accès doit tenir compte à la fois de la distance physique et de la distance sociale pour éclairer les rapports entre les conditions des pratiques et les pratiques elles-mêmes. Les

personnes s'approprient différemment les opportunités entrepreneuriales disponibles en fonction de leur capacité à convertir les ressources proposées en ressources accessibles. Dans ce cadre, il s'agit de voir qui sont les individus présents dans les structures d'accompagnement en s'appuyant sur une méthodologie qualitative qui prend en compte les relations et les rapports sociaux, car les inégalités d'accès aux ressources sont fondées sur des inégalités de pouvoir. La thèse examine les actions des structures qui visent à rendre leurs ressources accessibles au plus grand nombre en étudiant qui en sont les publics gagnants et perdants.

### 2.2.1.2 L'*empowerment* par l'entrepreneuriat

En analysant les effets de la démarche entrepreneuriale sur les capacités d'action des personnes suivies, il s'agit d'interroger l'existence d'un processus d'*empowerment* dans l'accompagnement et la création d'entreprise. En articulant l'entrepreneuriat à l'augmentation des capacités d'action individuelles et des conditions de vie, les acteurs politiques invitent à considérer que la démarche entrepreneuriale favorise le pouvoir d'agir. D'une part, l'accès aux ressources entrepreneuriales proposées par les structures d'accompagnement renforcerait les capacités d'action des personnes. D'autre part, la pratique entrepreneuriale constituerait en elle-même une démarche qui augmenterait leurs capacités d'action en les affranchissant des discriminations qui réduisent leurs possibilités de vie. Dans ce cadre, l'un des enjeux de la thèse consiste à appréhender les conséquences de la démarche entrepreneuriale dans la vie quotidienne des personnes accompagnées, et à voir à quelles formes de pouvoir d'agir elle se réfère, en les envisageant selon les approches libérale et radicale de l'*empowerment*.

La notion d'*empowerment* est mobilisée par plusieurs courants qui la définissent différemment. Un courant libéral emploie ce terme de façon prolifique depuis les années 1980, période à laquelle les organismes internationaux se l'approprient pour redessiner leurs politiques publiques de développement. La Banque Mondiale présente l'*empowerment* comme « le processus de renforcer les capacités des individus ou des groupes à faire des choix et à transformer ces choix en des actions voulues » dans son rapport intitulé *Combattre la pauvreté* qui institutionnalise la notion (Alsop et al., 2007, p.18). Il s'agit de lutter contre la pauvreté en favorisant l'*empowerment* des personnes fragilisées économiquement, généralement les populations dans les pays dits en développement et les femmes, par l'augmentation de leurs moyens matériels d'existence et de leur capacité à agir dans la société. Cette lutte passe notamment par des mesures qui facilitent le microcrédit et la création de

petites entreprises en « instaur[ant] un climat propice à l'investissement, à l'emploi et à la croissance » et en autonomisant « les personnes pauvres en investissant dans leurs capacités » (Narayan, 2004, p.14). Dans l'introduction d'un numéro de revue consacré aux luttes et aux contestations des programmes internationaux d'*empowerment*, l'anthropologue Andrea Cornwall et la chercheuse en politiques sociales Nana Akua Anyldoho questionnent la manière de caractériser ce processus en présentant des travaux de recherche qui articulent différemment les politiques de développement, notamment entrepreneuriales, et l'*empowerment* des femmes. Pour les autrices, il s'agit d'analyser ce qui change concrètement dans les vies des femmes concernées par ces programmes, en dépassant les discours d'intention des acteurs institutionnels (Cornwall, Anyldoho, 2010). L'approche capacitaire, économique, et individuelle de l'*empowerment* est parfois critiquée car elle serait la traduction de la rationalité néolibérale visant à responsabiliser les gens.

Avant d'être repris par les acteurs institutionnels pour légitimer des politiques de soutien à l'entrepreneuriat, le terme *empowerment* a été utilisé dans les années 1960 par les mouvements contestataires des minorités qui luttent pour la revendication de leurs droits sociaux et politiques. Un courant radical envisage l'*empowerment* comme un processus qui vise à transformer les structures inégalitaires de pouvoir, plus précisément « un processus sociopolitique qui articule une dynamique individuelle d'estime de soi et de développement de ses compétences avec un engagement collectif et une action sociale transformative » (Bacqué, Biewener, 2013, p.144). A la fois processus et résultat, l'*empowerment* désigne les pratiques pour acquérir du pouvoir ainsi que la capacité effective d'agir. Cette dimension dynamique de l'*empowerment* passe par une « conscientisation » des problèmes sociaux. Celle-ci se traduit par une conscience individuelle du problème, qui se mue en une conscience collective et sociale, qui détache le problème de la responsabilité de l'individu pour l'articuler aux structures sociales, avant d'aboutir à une conscience politique visant le changement social (Friedman, 1992). Dans sa version radicale, l'*empowerment* est donc un processus individuel mais aussi collectif et politique (Bacqué, Biewener, 2013). Les individus sont des « sujets actifs de leur propre histoire » (Friedman, 1992, vi) qui gagnent en autonomie personnelle par le renforcement de leur capacité d'action à connaître, à comprendre, à s'approprier un ensemble de ressources, et à décider d'agir. Dans ce cadre, ils acquièrent un *power to*, c'est-à-dire la capacité individuelle à faire quelque chose (Wong, 2003). Mais l'*empowerment* est aussi un processus d'action collective qui repose sur les principes de solidarité et de participation, qui favorisent un *power with*. L'action collective cherche à renverser les

rapports structurels de domination qui traversent la société, selon une logique de *power over* qui résiste à l'ordre établi. Alors que les politiques publiques font généralement de l'*empowerment* un synonyme de la réalisation personnelle en réduisant son sens à une dimension individuelle et capacitaire, la thèse interroge l'existence d'un processus de conscientisation collective qui engloberait et dépasserait les compétences individuelles apportées par la démarche entrepreneuriale.

L'analyse de la mise en oeuvre et des effets de l'accompagnement à la création d'activité en QPV invite à préciser ce que cette politique signifie concrètement en termes de publics, de modalités d'action, et d'objectifs promus.

### 2.2.2 *Qui, comment, et pourquoi accompagner ?*

La thèse décline la formule « entrepreneuriat pour tous » de la BPI en trois questions qui interrogent l'existence d'un entrepreneuriat spécifique en QPV.

D'abord : qui accompagner ? La formule « entrepreneuriat pour tous » laisse penser qu'il s'agit d'accompagner la totalité des individus à entreprendre, dans la mesure où cette démarche serait possible pour tous car fondée sur la volonté de chacun. Dans cette optique, l'accompagnement à la création d'activité est considéré comme un droit universel. Cette conception se confronte pourtant à deux principes de réalité : les structures ne sont pas de taille à recevoir tout le monde, et il existe une diversité de profils d'entrepreneurs nécessitant des formes différentes d'accompagnement. Dans ce cadre, les structures d'accompagnement offrent-elles des ressources généralistes pour toucher le plus grand nombre possible d'individus ou ciblent-elles un public privilégié en s'adaptant à ses besoins ? Tandis que certains acteurs institutionnels valorisent la figure d'entrepreneurs de quartier talentueux, souvent jeunes, d'origine étrangère, porteurs des projets innovants, dans un objectif de développement économique, d'autres évoquent les « publics fragiles » (Ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, ministère de la Ville, de la jeunesse et des sports, 2015 ; Ministère des Droits des femmes, de la ville, de la jeunesse et des sports, CDC, 2014). Cette terminologie recouvre principalement les jeunes, les femmes, et les demandeurs d'emploi de longue durée. Certains acteurs institutionnels s'attachent plus particulièrement à un type de profil « fragile », comme l'AFE qui propose « 7 engagements pour améliorer l'accompagnement des créatrices d'entreprise dans les territoires ruraux et les

quartiers prioritaires de la politique de la ville » (AFE, 2014). Il semble alors que la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV vise d'abord à garantir l'accès à la création d'activité aux individus discriminés sur le marché de l'emploi, selon un objectif de rattrapage des inégalités en faveur d'une égalité des chances, malgré un discours commun qui valorise surtout les startupper. Par ailleurs, le choix de soutenir des publics jugés fragiles ou des individus aux projets à fort potentiel de développement ne relève pas des mêmes objectifs de la politique entrepreneuriale. L'accompagnement des publics jugés fragiles s'inscrit-il seulement dans une politique d'emploi et d'insertion socio-professionnelle ? L'accompagnement d'entrepreneurs à potentiel de croissance s'inscrit-il seulement dans une politique de développement économique ? Comment se positionnent les acteurs publics et privés de l'entrepreneuriat en QPV par rapport à cette double finalité ?

Ensuite : comment est mis en œuvre cet accompagnement ? La formule « entrepreneuriat pour tous » laisse imaginer un mode d'accompagnement universel, qui s'adresserait et serait approprié par tous de façon homogène. Dans ce cas, quelles sont les ressources généralistes proposées par les structures qui favorisent la création d'entreprise ? Les pages précédentes ont montré que les QPV sont caractérisés par un contexte socio-spatial précaire qui nécessite des mesures de discrimination positive en plus de l'application effective du droit commun. Existe-t-il alors des modes d'accompagnement différenciés en fonction de ce contexte ? Au contraire, s'agit-il de proposer un accompagnement unifié et indifférencié en suivant la logique d'égalité et d'intégration républicaines ? Les structures valorisent-elles une pluralité de modes d'entreprendre ou un modèle économique jugé universel ? Ces questions traduisent de nouveau la tension entre l'objectif de soutenir des projets de développement économique et celui d'aider des profils spécifiques considérés « fragiles ». Par ailleurs, ces personnes « fragiles » ne représentent pas une catégorie homogène. Elles possèdent des capacités variables à s'approprier les ressources entrepreneuriales proposées par les acteurs locaux. Les structures d'accompagnement adaptent-elles leurs actions à des profils en particulier, rendant leurs ressources plus accessibles à certains qu'à d'autres, selon une logique de priorisation qui s'opposerait à la conception traditionnelle d'égalité, mais qui s'appuierait sur la conception de l'équité ?

Enfin : quelles sont les justifications à accompagner et à entreprendre ? La formule « entrepreneuriat pour tous » laisse penser que l'accès à l'accompagnement permettrait à

chacun de créer son entreprise pour assurer son ascension sociale. Dans ce cadre, le soutien à l'entrepreneuriat en QPV relève-t-il davantage d'une politique sociale ou d'une politique économique ? L'accompagnement à l'entrepreneuriat débouche-t-il forcément sur une création d'entreprise ou les structures locales visent-elles davantage à accroître les capacités d'action des individus qu'elles suivent ? A côté des objectifs des acteurs publics, que recherchent ces derniers en décidant de se faire accompagner ? S'approprient-ils les discours publics sur la promesse d'ascension sociale par l'entrepreneuriat ? Et quels sont les effets de leur démarche par rapport aux attendus qu'ils imaginent ?

Alors que l'entrepreneuriat est présenté comme une démarche universelle, la thèse étudie la forme et les effets de la politique d'accompagnement à la création d'activité dans le contexte socio-territorial précaire des QPV. Cette analyse nécessite de penser la diversité de l'entrepreneuriat en mobilisant une littérature scientifique propre à différentes disciplines.

### **3 Un ancrage interdisciplinaire pour comprendre la pluralité de l'entrepreneuriat en QPV**

#### **3.1 La pluralité en entrepreneuriat**

##### *3.1.1 La pluralité des expériences entrepreneuriales*

###### **3.1.1.1 Un champ disciplinaire en construction**

La thèse demande en quoi les acteurs de l'accompagnement prennent en compte les spécificités du contexte social, économique, et urbain des QPV pour rendre accessible à tous la création d'activité. Pour ce faire, elle mobilise des travaux de recherche en entrepreneuriat qui déploient une approche constructiviste et qui étudient la diversité du processus et des profils entrepreneuriaux.

La recherche en entrepreneuriat est en cours de construction disciplinaire. Elle cherche une place entre l'économie, le management, et les sciences de gestion (Marchesnay, 2009). Une

série d'articles universitaires récents retrace l'évolution épistémologique de ce champ, comme le texte de Christophe Schmitt intitulé « Les situations entrepreneuriales : proposition d'une nouvelle grille d'analyse pour aborder le phénomène entrepreneurial » paru en 2009 dans la *Revue économique et sociale*. Le chercheur, spécialiste de la création de valeur dans les organisations de petite taille, dénombre trois périodes structurantes des recherches en entrepreneuriat. Une première période de travaux réalisés par des économistes envisage l'entrepreneur selon une logique libérale et rationnelle de l'*homo oeconomicus*. A partir des années 1970, elle fait place à une deuxième période marquée davantage par les sciences du comportement, qui cherchent à comprendre qui est l'entrepreneur en étudiant ses traits de caractère. Une vision managériale de l'entrepreneuriat remplace la vision économiste. Enfin, une troisième période débute dans les années 1990. Elle cible davantage les actions de l'entrepreneur selon une approche par les processus (Schmitt, 2017). D'autres auteurs s'attachent plutôt à définir l'ensemble des paradigmes qui structurent la recherche en entrepreneuriat aujourd'hui : l'opportunité d'affaires, la création d'organisation, la création de valeur, ou encore l'innovation (Verstraete, Fayolle, 2005). De fait, le champ de l'entrepreneuriat apparaît « complexe et multidimensionnel » (Fayolle, 2004, p.106).

L'approche retenue dans la thèse s'ancre dans le constructivisme qui caractérise la troisième période des travaux dédiés à l'entrepreneuriat. L'approche par les processus conduit les chercheurs à appréhender la variété des formes de l'entrepreneuriat, et par extension la variété de ses publics, car chaque projet d'entreprise est un noeud formé par une opportunité économique et par l'individu qui le porte. Celui-ci le construit en fonction des besoins qu'il rencontre et des individus qu'il connaît. L'étude des processus entrepreneuriaux ne peut donc se passer d'une démarche plus sociologique, centrée sur les trajectoires des entrepreneurs encadrés dans des relations et des rapports sociaux pluriels.

### 3.1.1.2 La critique d'une figure hégémonique de l'entrepreneur

Des chercheurs influencés par le constructivisme mettent à jour et renversent la vision dominante de l'entrepreneur schumpétérien focalisé sur la performance économique, qui caractérise la première période (Germain, 2017). Ils se positionnent en porte-à-faux des théories de l'économie orthodoxe qui prônent l'universalisme de l'*homo oeconomicus* et ils s'inscrivent dans la jeune branche des études critiques en entrepreneuriat, qui a fait l'objet d'un numéro de revue en 2012<sup>53</sup>. Les chercheurs qui revendiquent cette approche critique analysent

---

53 Un dossier consacré aux *critical entrepreneurship studies* est publié par la revue *Organization* en 2012 (Tedmanson et al., 2012). Il est suivi deux ans plus tard par un dossier de la revue *International Journal of*

la production des discours et des méthodes entrepreneuriaux des acteurs institutionnels pour comprendre la construction d'une définition mythifiée et hégémonique de l'entrepreneuriat. Il s'agit de peindre une « esquisse théorique de l'entrepreneuriat permettant de proposer une vision plus représentative, sinon plus nuancée, de cet objet et des discours qu'il génère » (Gauthier, 2020, p.120). Dans ce cadre, les recherches critiques en entrepreneuriat s'opposent aux recherches classiques en sciences de gestion qui naturalisent la figure de l'entrepreneur. Un article paru en 2000 s'inscrit dans cette veine et s'intitule « « Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse : ideology-critique of entrepreneurial studies » (Ogbor, 2000). Il montre en quoi la représentation héroïsée de l'entrepreneur renvoie à une figure masculine blanche nord-européenne. Pour l'auteur, cette conception idéologique masque la diversité entrepreneuriale et permet de maintenir les rapports sociaux inégalitaires qui structurent la société. Elle tend à privilégier des pratiques entrepreneuriales jugées conformes au détriment d'autres.

Les recherches qui entendent révéler la variété des conceptions et des actions entrepreneuriales se multiplient. Un numéro de la *Revue de l'Entrepreneuriat* publié en 2020 est consacré aux « faces cachées de l'entrepreneuriat » (Chabaud et al., 2020). Un ouvrage intitulé *Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneuses* est aussi publié cette année-là (Tremblay et al., 2020). Bien qu'il se centre sur le cas des femmes, il est révélateur d'une tendance à prendre davantage en compte les caractéristiques sociales telles que le genre, l'origine, l'âge, ou encore la classe sociale pour comprendre la diversité de l'activité entrepreneuriale. Ces caractéristiques sociales influencent le processus entrepreneurial en limitant ou en renforçant les capacités d'action de leurs porteurs.

### 3.1.1.3 Les exemples de l'entrepreneuriat des femmes et de l'entrepreneuriat ethnique

En s'appuyant sur cette approche de l'entrepreneuriat, la thèse prend en compte la pluralité des processus et des profils entrepreneuriaux présents en QPV. Durant l'enquête, la différence s'est imposée comme une notion heuristique car les entrepreneurs rencontrés ne coïncidaient pas avec l'image commune de l'entrepreneur. La mobilisation d'une littérature consacrée à des profils entrepreneuriaux spécifiques s'est révélée pertinente pour étudier leurs conceptions et leurs pratiques de création d'activité. Plusieurs types de profil entrepreneurial correspondent à des caractéristiques sociales très présentes dans les structures d'accompagnement étudiées.

---

*Entrepreneurial Behaviour and Research* qui traite de la pluralité des identités et des formes entrepreneuriales.

C'est le cas de l'entrepreneuriat ethnique qui est lié à l'entrepreneuriat immigré, de l'entrepreneuriat féminin, ou encore de l'entrepreneuriat de nécessité. Ces profils peuvent être regroupés sous le vocable d'entrepreneuriat des minorités.

L'entrepreneuriat ethnique, expression consacrée par des sociologues anglophones, est un thème émergent dans les années 1960. Il désigne les modes d'organisation d'entreprises qui s'appuient sur des réseaux de solidarité ethnique et qui vendent à leur communauté d'origine (Dinh, 2006). Les chercheurs en entrepreneuriat ethnique appréhendent à la fois les structures d'opportunité qui permettent aux personnes immigrées d'entreprendre, et les caractéristiques communautaires de ces individus (Waldinger et al., 1990). Ils se sont d'abord centrés sur l'intégration économique locale des entrepreneurs ethniques en étudiant la tension entre leur ouverture et leur enclavement. Cette tension a conduit à l'élaboration de trois types d'entreprise ethnique : les niches ethniques, les minorités intermédiaires, les minorités de remplacement (Aldrich, Waldinger, 1990). Par la suite, des gradients ont vu le jour pour affiner la typologie. Aujourd'hui, des chercheurs se concentrent davantage sur la mobilité des entrepreneurs ethniques à travers les expressions de territoires circulatoires et d'économies transnationales (Tarrus et al., 2013). L'adjectif « ethnique » renvoie ainsi à un groupe social et à une origine géographique dont l'échelle est variable. Dans un article intitulé « Immigration, entrepreneuriat et ethnicité » paru en 2011, le sociologue Antoine Pécoud retrace l'évolution de l'expression « entrepreneuriat ethnique » et il rappelle les débats qui la traversent. Il évoque notamment les controverses sur les facteurs qui conduisent les entrepreneurs à choisir une stratégie ethnique, en balance entre opportunités économiques et solution contrainte face à l'exclusion (Pécoud, 2012). Il reprend les résultats d'Emmanuelle Ma Mung qui montre que l'entrepreneuriat ethnique n'est pas structurel aux économies immigrées, mais qu'il découle d'un choix au sein d'une dynamique entrepreneuriale entravée dans l'accès aux ressources pour entreprendre (Ma Mung, 1996).

L'entrepreneuriat d'après le genre s'est quant à lui développé à partir des années 1990. Il est désormais considérée comme un objet mature. Plusieurs revues ont focalisé leur attention sur ce thème ces dernières années, comme le numéro spécial 210 de *Vie et science de l'entreprise* intitulé « Entrepreneuriat féminin » qui est paru au début de l'année 2021. Des articles épistémologiques dressent des états de l'art denses sur le sujet (Léger-Jarniou et al., 2015). Face à l'image dominante de l'entrepreneur conçu à partir des représentations et des pratiques masculines, des chercheuses mettent en valeur d'autres modalités entrepreneuriales en

étudiant les cas des femmes entrepreneuses. Elles dénoncent l'assimilation systématique des entrepreneuses au paradigme masculin implicite qui nie les spécificités des représentations et des pratiques entrepreneuriales des femmes, structurées par des rapports sociaux de genre (Ahl, 2006), et qui conduit parfois à leur délégitimation (Pailot et al., 2015). Ces chercheuses décrivent par exemple des aspirations personnelles qui ne relèvent pas de la performance économique (Boring, 2016), ou bien l'importance des relations sociales et de l'équilibre familial dans la démarche entrepreneuriale (Alexandre, 2016 ; D'Andria, Gabarret, 2016).

La mobilisation de travaux qui donnent à voir une pluralité d'expériences entrepreneuriales permet d'interroger la spécificité d'un entrepreneuriat en QPV. Face à la diversité des profils entrepreneuriaux, les acteurs de l'accompagnement à la création et au développement d'activité s'adaptent.

### *3.1.2 La pluralité de l'accompagnement à l'entrepreneuriat*

L'accompagnement entrepreneurial est communément défini comme un processus de transmission de connaissances d'un accompagnateur vers un accompagné, à l'amont de la création d'activité dans une perspective de passage à l'acte juridique, ou à l'aval de la création d'activité dans une perspective de développement de l'entreprise. S'inscrivant dans une approche processuelle, ce thème est devenu un objet d'étude important depuis les années 2010 en passant « très rapidement d'un statut anecdotique à celui d'un véritable champ de recherche » (Chabaud et al., 2010, p.1). Tandis que les recherches anglo-saxonnes se focalisent principalement sur les structures, et plus particulièrement sur les incubateurs, les recherches francophones s'intéressent davantage aux formes et aux relations d'accompagnement à tous les niveaux : la relation entre un individu et son conseiller au niveau micro, l'organisation d'une structure d'accompagnement au niveau méso, l'écosystème dans lequel se déploie l'accompagnement au niveau macro. Ces recherches proposent de répondre à une série de questions : qui accompagne ? Qui accompagner ? Pourquoi et quand ? Comment ? Pour ce faire, elles s'appuient surtout sur des méthodes qualitatives en s'inspirant des sciences de l'éducation et des théories sur les compétences et les réseaux sociaux afin d'analyser la construction du projet de l'entrepreneur et le maillage des structures (Chabaud, Dacher, 2019).

Les recherches portant sur l'accompagnement entrepreneurial s'intéressent particulièrement aux connaissances en jeu dans le processus. Une connaissance devient une compétence lorsqu'elle est assimilée et mise en pratique par l'accompagné. Tout un pan de la littérature en entrepreneuriat étudie les différentes formes de compétences existantes. Elles relèvent de domaines multiples selon les besoins de l'individu accompagné. Elles sont d'ordre théorique ou pratique. Elles concernent des aspects financiers, juridiques, organisationnels, de communication, de réseau, de savoir-être, etc. Les compétences apportées par l'accompagnement sont plurielles, tout comme les formes d'accompagnement et les postures des accompagnateurs. Les chercheurs en entrepreneuriat proposent des typologies variées de profils d'accompagnateur, selon leurs parcours professionnels et leurs relations vis-à-vis des personnes qu'ils suivent (Chabaud, Dacher, 2019 ; Chabaud et al., 2010 ; Verzat, Gaujard, 2009). Certains sont des chefs d'entreprise bénévoles qui s'inspirent de leur expérience vécue, d'autres des salariés d'association formés au métier de l'accompagnement entrepreneurial. Certains proposent des conseils, d'autres du mentorat, du tutorat, ou encore du coaching. Cette pluralité des formes d'accompagnement répond à la pluralité des trajectoires individuelles des accompagnateurs, ainsi qu'à la pluralité des besoins des entrepreneurs accompagnés. L'adaptation aux publics, dont l'hétérogénéité est encore plus forte depuis la création du statut de la micro-entreprise, devient un enjeu d'envergure pour les acteurs institutionnels. Dans certains articles universitaires, cet objet d'étude recoupe celui des profils entrepreneuriaux. Par exemple, des recherches sont consacrées à l'accompagnement des femmes entrepreneuses. Elles mettent en valeur leur sentiment d'illégitimité et leur manque de confiance à entreprendre en l'expliquant en partie par des rapports de genre (Pailot et al., 2015). D'autres recherches sont consacrées à l'accompagnement des entrepreneurs contraints et insistent sur les enjeux de savoir-être, de réflexivité, et d'autonomie entrepreneuriaux (Couteret, 2010). Quelques chercheurs se concentrent quant à eux sur l'accompagnement de l'entrepreneuriat immigré, notamment Thierry Levy-Tadjine qui interroge sa spécificité dans une thèse de sciences de gestion à visée opérationnelle (Levy-Tadjine, 2004).

D'autres thèmes relatifs à l'accompagnement sont traités par les chercheurs en entrepreneuriat. Je ne les développe pas pour centrer le propos sur ceux qui alimentent directement la réflexion concernant la diversité entrepreneuriale et son traitement en politique de la ville. Cette présentation succincte de la littérature centrée sur la pluralité de l'accompagnement à la création et au développement d'entreprise, aussi bien en termes de publics suivis, de postures

d'accompagnateurs et de relations d'accompagnement, que de compétences apportées est détaillée davantage au long des chapitres lorsqu'elle permet d'approfondir les résultats de l'enquête. La thèse interroge ainsi les spécificités de l'accompagnement entrepreneurial en politique de la ville, dans un contexte territorial marqué par la présence importante de certaines caractéristiques sociales et par des situations socio-économiques souvent contraintes. Il s'agit d'appréhender les publics privilégiés par les structures, la manière dont les accompagnateurs se positionnent vis-à-vis de leurs différences, et les compétences qu'ils leur apportent pour augmenter leur capacité d'action.

Après avoir posé le cadre théorique concernant l'adaptation de l'accompagnement à différents profils entrepreneuriaux, il s'agit maintenant de s'appuyer sur une littérature qui montre en quoi ces profils sont minorés<sup>54</sup> et entreprennent en fonction de leurs identités altérisées.

## **3.2 Les différences au cœur des trajectoires entrepreneuriales**

La différence désigne un écart qui distingue les individus et les groupes à partir de critères variés, qu'ils soient sociaux, économiques, culturels, géographiques, sexuels, etc. Si elle ne repose initialement sur aucun jugement de valeur, elle renvoie à l'altérité et peut se traduire par une minorisation des individus dont les caractéristiques s'éloignent de celles dominantes. Ces identités minoritaires, choisies ou assignées, sont parfois la source de stigmatisation qui consiste en l'attribution de qualifications négatives à des individus ou des groupes en fonction de caractéristiques qui sont dévalorisées. La stigmatisation constitue le fondement symbolique des discriminations, définies comme des actions et/ou attitudes qui traitent de manière différenciée et souvent défavorable des individus et/ou des groupes du fait de caractéristiques auxquelles ont été attribuées des valeurs subjectives fondées sur des critères illégitimes (Eckert, Primon, 2011). Les différences de classe sociale, de genre, de race, ou encore d'âge servent de support aux discriminations. Ces dernières modifient les trajectoires de vie des individus en créant des conditions inégales d'accès aux ressources qui altèrent leurs

---

<sup>54</sup> L'expérience minoritaire est une expression employée pour caractériser une expérience commune fondée sur une infériorisation liée à une stigmatisation. Elle a d'abord été utilisée au sujet des groupes racisés, mais elle concerne aujourd'hui l'ensemble des groupes qui font l'objet de discriminations. Une personne ou un groupe minoré reçoit un traitement différent car on lui impute des capacités moindres du fait de son stigmat. Ce traitement inégal réduit ses opportunités.

opportunités. Dans ce cadre, les discriminations s'appuient sur et produisent des inégalités.

### 3.2.1 *Les différences entre contraintes et ressources*

L'enjeu consiste à étudier des différences de profils et de pratiques entrepreneuriaux dans un contexte territorial marqué par de fortes inégalités spatiales et sociales, où les habitants minorés sont nombreux, que ce soit par leur appartenance aux classes populaires et/ou par leur origine étrangère. La thèse questionne les effets de ces différences sur la démarche entrepreneuriale des individus, car elles modifient leur trajectoire de vie en étant notamment des facteurs d'inégalités. Par exemple, les discriminations à l'emploi conduisent des personnes à entreprendre pour échapper à un marché du travail fermé, et les discriminations au crédit bancaire contraignent des personnes à réduire l'envergure de leur projet d'entreprise. La thèse questionne aussi le traitement de ces différences par les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat, dont l'accompagnement est censé favoriser l'égalité des chances en permettant l'accès à tous aux ressources pour entreprendre. Bien que l'action publique vise l'égalité, elle peut renforcer des processus de domination. Mais si les différences sont un facteur de domination, elles représentent aussi une ressource selon les contextes. La différence constitue un outil de reconnaissance des individualités lorsque les entrepreneurs transforment leurs caractéristiques sociales altérisées en opportunité économique. Il s'agit alors de les valoriser pour en faire des atouts de distinction et de développement économique. C'est ce que montre notamment le sociologue Norbert Alter dans un ouvrage dont le titre, *La force de la différence, Itinéraires de patrons atypiques*, est significatif. Il explique comment des entrepreneurs minorés, que ce soit des femmes, des personnes racisées, étrangères, peu diplômées, ou handicapées, ont transformé leur position jugée anormale en une marque positive de distinction qui profite au développement de leur activité, à travers un « bricolage identitaire » (Alter, 2012, p.261).

Cette réflexion autour des différences pour comprendre les formes et les effets de l'entrepreneuriat en politique de la ville s'inspire d'un appel à contribution intitulé « Villes plurielles : géographie(s) urbaine(s) de la différence » publié par la revue généraliste *L'information géographique* en 2018. L'appel vise à enrichir les discussions à la croisée des champs culturel, politique, social, et d'études urbaines dans le cadre grandissant « d'une prise en compte de la différence en tant que facteur fondamental de la fabrique spatiale dans la

réflexion géographique » (Margier, Sepulveda, 2019, p.10). Il propose d'étudier les géographies de la différence en ville pour « [d'une part] comprendre le renouvellement des rapports de domination à l'œuvre dans des contextes divers, et, d'autre part, d'y opposer des résistances » (*ibid.*, 2019, p.15). Les auteurs de l'appel analysent la différence sous plusieurs angles : « la façon dont la production de la différence recompose et reconfigure les rapports de domination dans l'espace urbain, mais également comment la différence est aujourd'hui autant mobilisée dans des pratiques de résistance aux dominations qu'instrumentalisée au sein des politiques publiques » (*ibid.*, p.13). La différence est ainsi envisagée dans sa dualité. Elle est à la fois un support de domination et un support d'opportunité ; elle est mobilisée par les individus et les groupes, mais aussi par les acteurs publics. Car si « la différence est généralement conceptualisée et analysée au prisme de la domination ou de l'exclusion, cet appel vise néanmoins à soulever les enjeux posés par la différence lorsqu'elle est envisagée comme une richesse ou une opportunité pour l'ensemble de la société [...] Ces géographies de la différence visent donc à révéler comment certains individus ou certains groupes de la population, du fait de leur(s) différence(s) par rapport à une norme dominante, subissent des processus de mise à l'écart ou de domination » (*ibid.*, p.12), mais développent aussi des stratégies de contournement et de renversement du stigmat. Le soutien à l'entrepreneuriat en politique de la ville fournit un cas d'étude à cette réflexion générale en analysant en quoi les différences sociales des habitants des QPV constituent des sources de contrainte ou d'action pour la création de leur entreprise, ainsi que le rapport des acteurs publics à ces différences dans le cadre d'une politique d'égalité des chances.

Pour ce faire, j'opte pour une approche intersectionnelle, qui est d'ailleurs mise en valeur dans l'appel à contribution du numéro de *L'information géographique*.

### 3.2.2 *Une approche intersectionnelle des expériences entrepreneuriales*

#### 3.2.2.1 Une clef d'analyse

L'approche intersectionnelle se révèle pertinente pour comprendre la complexité des imbrications des rapports de domination, ainsi que la diversité des trajectoires entrepreneuriales et sociales qui en découlent. On assimile généralement la naissance de

l'intersectionnalité à la juriste féministe Kimberlé Crenshaw qui a utilisé ce terme en 1989 pour mettre en lumière l'invisibilité juridique des discriminations liant le genre et la race auxquelles sont confrontées les femmes noires aux États-Unis (Cho et al., 2003). Depuis, l'intersectionnalité a fait l'objet de nombreuses controverses dans le champ de la théorie critique et des études féministes, en fonction des enjeux politiques portés par chacun. Des travaux recensent ces oppositions en étudiant l'évolution et les problématiques actuelles de la notion (Roca i Escoda et al., 2016 ; Dorlin, 2009). L'intersectionnalité constitue une clef de réflexion pour comprendre la construction et l'imbrication des rapports de domination fondés sur la race, le genre, la classe, l'âge, la sexualité, ou encore le handicap selon les contextes historiques et spatiaux. Il ne s'agit pas d'additionner mais de montrer l'enchevêtrement des processus de domination, et d'analyser les identités produites dans ces interactions en évitant de les essentialiser et de les catégoriser. Cette posture conduit certaines chercheuses à préférer les expressions d'interconnectivité des oppressions (hooks, 2017), ou de consubstantialité des rapports sociaux (Galerand, Kergoat, 2014). En articulant les dimensions interactionnelles des individus aux dimensions institutionnelles de la société, l'intersectionnalité montre en quoi les relations sociales sont le produit des structures sociales inégalitaires fondées sur des systèmes de domination, dont découlent des possibilités d'action différenciées pour les personnes et les groupes.

Dans les QPV, la mise en lumière d'expériences de discriminations multiples traduit des rapports de domination enchevêtrés qui éclairent la diversité des trajectoires entrepreneuriales. L'imbrication de la classe sociale, du genre, de l'origine géographique, et de l'âge se révèle pertinente car une grande partie des entrepreneurs rencontrés est constituée de femmes, possède le statut d'étranger ou de personne naturalisée, est moins diplômée, et/ou bénéficie de minima sociaux. Par ailleurs, l'approche intersectionnelle permet de ne pas figer les personnes enquêtées dans une identité unique, comme l'entrepreneur ethnique ou la femme entrepreneuse. Au contraire, elle montre la variété des expériences entrepreneuriales selon les subjectivités plurielles des personnes, en mettant en valeur leur dimension constructiviste. Elle permet ainsi d'approfondir les analyses croisées sur l'entrepreneuriat des minorités.

### 3.2.2.2 L'émergence de l'intersectionnalité dans la recherche en entrepreneuriat

Quelques chercheurs en entrepreneuriat croisent à dessein le genre, la classe sociale, et/ou

l'origine géographique car les profils entrepreneuriaux se composent en fonction de la pluralité des caractéristiques sociales des individus. Ces chercheurs récusent l'idée d'une identité entrepreneuriale unique et stable en révélant les trajectoires hétérogènes des entrepreneurs. En fonction du contexte, ces derniers utilisent davantage certaines de leurs identités minorées et les transforment en ressource pour développer leur activité économique. Par exemple, l'utilisation de réseaux ethniques constitue parfois une stratégie entrepreneuriale mise en oeuvre par les personnes étrangères pour parer aux inégalités de capital économique et social dont elles font l'objet. Face à une société d'accueil excluante, elles utilisent leurs origines géographiques altérisées comme une source d'opportunités économiques. Selon leur niveau de diplôme, ces personnes s'appuient plus ou moins sur leur capital ethnique, comme c'est le cas des migrants qualifiés qui développent des types d'activité différents de leurs homologues moins diplômés (Leung, 2001). L'imbrication des caractéristiques sociales d'un individu modifie ainsi sa démarche entrepreneuriale en fonction des processus de domination à l'oeuvre. Annie Grégoire-Gauthier a par exemple étudié le parcours de 25 femmes immigrées au Québec pour comprendre en quoi une origine géographique et un genre qui s'écartent de l'image commune de l'entrepreneur induisent des pratiques entrepreneuriales, sans pour autant assigner ces femmes à une identité fixe (Grégoire-Gauthier, 2020). La chercheuse Mélanie Knight a quant à elle appréhendé les articulations des rapports de race, de classe, et de genre dans la démarche entrepreneuriale d'une cinquantaine de femmes noires afro-caribéennes vivant aux Etats-Unis (Knight, 2016). Caroline Essers et Yvonne Benschop ont, de leurs côtés, analysé les récits de vie de vingt entrepreneuses turques et marocaines habitant aux Pays-Bas pour comprendre l'appropriation personnelle de leur identité plurielle à travers leur démarche entrepreneuriale (Essers, Benschop, 2007).

Dans leurs travaux employant une approche intersectionnelle, les chercheuses valorisent la diversité entrepreneuriale à partir des pratiques et des conceptions des individus minorés, et elles interrogent leur dimension libératrice. C'est le cas de Caroline Essers et d'Yvonne Benschop qui questionnent l'émancipation des femmes marocaines et turques par leur travail entrepreneurial. Celui-ci leur permet de mener un processus de construction identitaire dans un contexte où l'assignation de genre et de race est forte. Les chercheuses considèrent que leur appropriation par l'entrepreneuriat d'un genre et d'une origine infériorisés relèvent de pratiques micropolitiques. Karen Verduijn et Caroline Essers s'intéressent aussi à la relation entre l'entrepreneuriat, l'émancipation, et l'oppression en se demandant si la démarche entrepreneuriale représente un facteur de libération pour l'individu, ou si elle est au contraire

productrice de souffrance (Verduijn, Essers, 2013). Pour répondre à cette question, les autrices analysent elles aussi les histoires entrepreneuriales de femmes immigrées aux Pays-Bas. Je reviendrai plus en détails sur la relation entre l'entrepreneuriat et l'*empowerment* dans la troisième partie de la thèse consacrée à ce sujet.

La mobilisation de travaux qui intègrent l'enjeu des différences dans leur analyse permet de nourrir la réflexion sur la production des inégalités dans l'action publique territoriale, et plus précisément d'interroger la politique de soutien à l'entrepreneuriat comme politique d'égalité des chances dans des territoires qui concentrent des publics minorés. Il s'agit alors de construire et d'alimenter un objet de recherche par nature interdisciplinaire.

### **3.3 Enrichir un objet de recherche interdisciplinaire**

#### *3.3.1 Un objet à construire*

##### **3.3.1.1 Des travaux en entrepreneuriat sur les QPV limités**

Les travaux universitaires qui portent sur la politique de la ville et ceux qui portent sur l'entrepreneuriat se croisent encore peu, voire ne se croisent pas. Si une minorité de recherches en entrepreneuriat se penche sur les caractéristiques sociales des individus pour comprendre la diversité du processus de création d'activité à partir d'une approche constructiviste, elle prend encore peu en compte le contexte spatial. Des avancées récentes sont toutefois notables, car des chercheurs se rendent dorénavant compte que « *geography matters to entrepreneurship* » (Alvedalen, Boschma, 2017, p.393). Cependant, les études territorialisées se focalisent avant tout sur les espaces considérés comme porteurs d'innovation et de croissance économique, comme les *clusters* qui représentent des formes d'aménagement soutenues par un grand nombre d'acteurs politiques et économiques. Quelques articles s'intéressent néanmoins au périmètre spatial de mise en oeuvre des politiques publiques d'accompagnement à la création et au développement d'entreprise dans le contexte français de décentralisation, en étudiant l'écosystème entrepreneurial régional et local (Fort et al., 2016 ; Frugier, 2014).

La littérature en entrepreneuriat située dans les QPV reste donc rare. Sans être à l'abri d'un oubli, j'ai recensé trois travaux universitaires relatifs à l'entrepreneuriat en quartier prioritaire. Depuis plusieurs années, deux chercheuses en sciences de gestion étudient l'entrepreneuriat social des femmes vivant en QPV (Notais, Tixier, 2019 ; Notais, Tixier, 2018 ; Notais, Tixier, 2014). Elles enquêtent auprès d'entrepreneuses qui diffèrent de l'image commune, que ce soit par leur genre ou par leur origine géographique, afin d'engager une réflexion sur des formes alternatives et innovantes d'entrepreneuriat. Pour ce faire, elles ont suivi un dispositif d'accompagnement mis en place par l'école des Hautes études commerciales (HEC) dans la cité des 4000 à la Courneuve en optant pour une approche qualitative fondée sur une dizaine de récits de vie et des observations de terrain. Dans la même veine, un autre travail de recherche étudie les effets sur la cohésion socio-territoriale de la création d'activité par des femmes migrantes vivant dans des quartiers populaires (Hersent, Rita-Soumbou, 2011). Enfin, un troisième travail de recherche commandé par l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP)<sup>55</sup> traite quant à lui des politiques publiques de soutien à l'entrepreneuriat à destination des jeunes vivant en QPV (Trindade-Chadeau, 2019). L'autrice a cherché à « affiner la connaissance de cet accompagnement » en étudiant les caractéristiques spécifiques à ces territoires et à ces profils, ou « autrement dit, nous cherchons à mieux saisir les conditions d'un accompagnement de qualité, en adéquation avec les besoins du public bénéficiaire » (Trindade-Chadeau, 2019, p.7). Une analyse qualitative exploratoire a été menée dans deux régions, les Hauts-de-France et l'Île-de-France, où des acteurs locaux de l'accompagnement et des jeunes accompagnés ont été rencontrés.

Cette thèse s'inscrit en continuité de ces travaux en focalisant son attention sur les différentes caractéristiques sociales présentes en QPV, sur la manière dont celles-ci représentent des supports de discrimination et/ou d'opportunité dans la démarche entrepreneuriale, ainsi que sur la manière dont les acteurs institutionnels de l'accompagnement les prennent en compte. Une entrée par les territoires des QPV permet de ne pas focaliser l'attention sur un profil entrepreneurial, mais au contraire d'appréhender leur pluralité à partir de l'enchevêtrement des rapports sociaux à l'oeuvre, de voir ce qui les rapproche et ce qui les dissocie, pour dresser des portraits plus complexes de l'entrepreneuriat en QPV que ne le fait le discours commun. Un autre point de convergence existe avec les travaux de ces chercheuses en entrepreneuriat : l'articulation de la dimension sociale à la dimension économique dans la création d'activité. Comme l'ont montré les premières sections de ce chapitre, le soutien à l'entrepreneuriat semble relever d'une politique sociale autant que d'une politique économique.

---

55 L'INJEP est un observatoire et un centre de ressources dédié à ces thèmes.

Le contexte socio-économique précaire des QPV invite à envisager les effets des processus entrepreneuriaux en dehors de la croissance économique, en regardant leurs conséquences sur la vie et les capacités d'action des individus accompagnés. L'analyse des expériences entrepreneuriales en QPV conduit à redéfinir la notion d'entrepreneuriat à partir des conceptions et des pratiques des personnes minorées.

### 3.3.1.2 Des travaux sur l'entrepreneuriat en politique de la ville limités

Si la recherche en entrepreneuriat aborde peu la dimension spatiale et encore moins les QPV, la recherche dédiée à la politique de la ville aborde peu ses dimensions économiques et encore moins l'entrepreneuriat. Cette politique publique territorialisée a inspiré de nombreux travaux universitaires dans les champs de l'aménagement, de l'urbanisme, et de la sociologie urbaine. En plus de proposer des réflexions générales sur l'idéologie de la politique de la ville en retraçant sa généalogie et en questionnant sa pertinence (Fol, 2013 ; Tissot, 2007 ; Estèbe, 2004), ces travaux concernent surtout les thématiques de la rénovation urbaine autour des questions de mixité sociale (Lelévrier, 2013) mais aussi des processus de politisation (Talpin et al., 2017 ; Hajjat, 2008 ; Masclet, 2003), et de participation (Bacqué, Mechmache, 2013). Les travaux consacrés au développement économique en QPV représentent une part minoritaire de l'ensemble de la littérature scientifique dédiée à la politique de la ville. Lorsque le volet économique est pris en compte, il est appréhendé à travers les thèmes récurrents du chômage, de la mobilité à l'emploi, ou encore des politiques de zones franches (Gobillon et al., 2012). La thématique de l'entrepreneuriat n'est pas soulevée. C'est ce qu'illustre le sommaire du numéro « Economie des quartiers prioritaires » dirigé par Yannick L'Horty et Pierre Morin, paru en 2016 dans la *Revue économique*. Parmi les huit articles publiés, quatre traitent des relations entre l'accès à l'emploi, la mobilité, et le lieu de résidence, et trois traitent des effets de la politique de zonage en termes de croissance économique et de discrimination. L'entrepreneuriat des habitants vivant en QPV n'est pas envisagé, même dans sa dimension informelle. Cette dernière constitue toutefois l'un des principaux angles d'approche lorsque que le sujet de l'entrepreneuriat en QPV est abordé. Des chercheurs s'intéressent aux formes et aux effets multiples de l'entrepreneuriat populaire et/ou informel qui s'organise dans ces quartiers (Collectif Rosa Bonheur, 2016). La pluralité de l'économie est mise en valeur, et elle est souvent articulée aux enjeux de l'économie sociale et solidaire pour laquelle les QPV constitueraient un terreau fertile, en ce que cette économie apporterait des réponses aux besoins non satisfaits des habitants touchés par des inégalités d'accès aux ressources urbaines.

L'entrepreneuriat en politique de la ville est un thème interdisciplinaire qui a fait l'objet de peu de croisements entre les sciences de gestion et la recherche urbaine. L'un des enjeux de la thèse consiste à documenter la politique de la ville en documentant le champ de l'entrepreneuriat, et réciproquement.

### 3.3.2 *Un objet à documenter*

La politique publique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV est un sujet relativement neuf du fait de sa jeunesse et de la segmentation disciplinaire des thématiques qu'il recouvre. Il s'agit alors d'alimenter les connaissances relatives aux profils des entrepreneurs vivant en QPV, dans un contexte où les textes administratifs y font référence sans jamais les définir clairement, et où deux figures archétypales et antinomiques de l'entrepreneur de banlieue sont particulièrement mises en lumière, à savoir l'entrepreneur contraint ubérisé et le startupper débrouillard. Il s'agit ensuite d'alimenter les connaissances relatives à la production d'une politique publique territoriale à travers le fonctionnement des structures d'accompagnement agissant en QPV. Il s'agit enfin d'alimenter les connaissances relatives aux conséquences des pratiques des entrepreneurs sur leur vie professionnelle et personnelle en étudiant ce qui se passe à côté de la création effective d'entreprise.

Les réponses apportées dans ces trois domaines permettent de préciser l'activité entrepreneuriale en QPV. Face aux représentations simplifiées et souvent péjoratives qui décrivent les territoires de banlieue (Berthaud, 2013), elles établissent un état des lieux pour appréhender la réalité des pratiques et des conceptions entrepreneuriales des habitants des quartiers prioritaires. Par ailleurs, elles permettent de documenter la politique de la ville. La focale sur l'accompagnement à la création et au développement d'activité offre une porte d'entrée sur la production de cette politique nationale territorialisée. L'objet d'étude de la thèse s'inscrit ainsi en continuité des réflexions des chercheurs qui questionnent la spatialisation des politiques publiques et leurs conséquences sur la production des inégalités (Tissot, Poupeau, 2005 ; Donzelot et al., 2003). Enfin, les réponses apportées sur les types de public, sur les modes d'accompagnement, et sur les effets du soutien à l'entrepreneuriat en QPV permettent de documenter plus globalement l'entrepreneuriat comme activité. Elles interrogent les pratiques et les valeurs qui dominent dans les discours communs sur l'entrepreneuriat en décentrant le regard depuis les expériences minorées et plurielles des entrepreneurs enquêtés.

## Conclusion

Ce premier chapitre a problématisé l'objet d'étude de la thèse.

Tandis que les discours publics nationaux valorisent la création d'activité comme un outil de développement économique et d'insertion socio-professionnelle, il s'agit de comprendre ce que signifie et produit une politique d'entrepreneuriat pour tous dans des quartiers marqués par une précarité socio-économique. Sa récente territorialisation en QPV me conduit à documenter ses objectifs, sa mise en œuvre, et ses effets sociaux locaux en analysant l'accès aux ressources entrepreneuriales proposées par des structures d'accompagnement, ainsi que leurs conséquences en termes d'*empowerment* pour les personnes suivies. La thèse questionne plus globalement le rôle de l'action publique territoriale dans la production des inégalités, ainsi que l'existence d'un entrepreneuriat propre aux QPV. Pour ce faire, j'opte pour une approche interdisciplinaire en mobilisant une littérature en entrepreneuriat qui décrit la pluralité des expériences entrepreneuriales minorées, et une littérature en recherche urbaine qui analyse les rapports sociaux dans l'espace. Cet ancrage théorique permet d'interroger les discours communs sur l'entrepreneuriat et sur les quartiers prioritaires en enrichissant la réflexion à partir d'études de cas qu'il convient maintenant de présenter.

# CHAPITRE 2 : UNE APPROCHE QUALITATIVE

## SUR DEUX TERRAINS D'ÉTUDE

Le chapitre 2 délimite les termes du sujet, les terrains d'enquête, et la méthodologie employée.

Il s'agit de clarifier le choix d'études de cas centrées autour du fonctionnement de structures d'accompagnement pour comprendre les adaptations locales de la politique nationale de soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Il s'agit aussi de présenter une méthodologie qui rend compte de la pluralité des expériences entrepreneuriales. Ces deux enjeux interrogent ma posture vis-à-vis des terrains d'enquête et des personnes qui y vivent.

Une première section expose le cadre de l'objet de recherche en décrivant les deux terrains choisis dans leur contexte intercommunal, à savoir le dispositif d'accompagnement Osez Entreprendre à Nantes Métropole et la structure d'accompagnement la Miel à Plaine Commune en Seine-Saint-Denis. La deuxième section explicite les méthodes qualitatives d'obtention des résultats qui sont fondées sur une série d'observations, d'entretiens, et d'analyses de documents.

### 1 Trois structures d'accompagnement sur deux terrains d'étude<sup>56</sup>

#### 1.1 La délimitation des termes du sujet

##### *1.1.1 Circonscrire l'objet : la création et le développement d'activité*

Avant de présenter la méthodologie de terrain, il est nécessaire de clarifier les bornes de l'objet d'étude qui porte sur la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, surtout quand le terme « entrepreneur a pris dans l'Hexagone trop de

---

<sup>56</sup> La Miel représente l'une des trois structures d'accompagnement et constitue l'un des deux terrains d'étude ; la BGE et l'Ouvre-Boîte 44 représentent les deux autres structures d'accompagnement et agissent au sein du dispositif Osez Entreprendre qui constitue le deuxième terrain d'étude.

significations, bien souvent parfaitement contradictoires entre elles, comme le suggère l'extrême diversité des synonymes possibles » (Marchesnay, 2009, p.6). La notion d'entrepreneuriat possède de multiples couches sémantiques. Dans sa définition stricte, l'entrepreneuriat se caractérise par la création et le développement d'activité économique. Il s'agit de l'« ensemble des activités et démarches qu'impliquent la création et le développement d'une entreprise, et plus généralement la création d'activité » (Fayolle, 2003, p16). On dénombre généralement quatre étapes dans la création d'activité : la naissance de l'idée, l'élaboration du projet, le lancement des opérations, et le démarrage concret de l'activité. Une personne qui crée juridiquement ou reprend une entreprise est un entrepreneur. Une personne qui a une idée mais n'a pas encore créé une structure légale est un porteur de projet. Si sa définition juridique est actée, l'entrepreneur n'est toutefois pas reconnu comme une catégorie socio-statistique propre par l'Insee qui l'intègre dans l'ensemble des travailleurs indépendants.

Depuis plusieurs années, une acceptation plus large de l'entrepreneuriat se renforce dans la littérature grise et scientifique. Ce terme n'est plus seulement rattaché à la création d'activité mais à un processus d'apprentissage global qui transcende le domaine économique. Comme le décrit une page de communication du site internet du ministère de l'économie qui résume les analyses de travaux en sciences de gestion : « dans une perspective plus culturelle, l'entrepreneuriat caractérise un état d'esprit associé à la liberté d'entreprendre combinant économie, indépendance et créativité ». Des chercheurs parlent d'intrapreneuriat pour caractériser cette démarche proactive qui mêle autonomie, curiosité, et prise d'initiatives dans l'ensemble des aspects de la vie quotidienne. Dans ce cadre, « la distinction entre l'« entrepreneur et l'« entreprenant » est brouillée » (Marchesnay, 2009, p.13). Alors que l'entrepreneuriat renvoie d'abord à la condition d'entrepreneur, c'est-à-dire le fait d'être enregistré légalement comme détenteur et gestionnaire d'une entreprise, et à la fonction d'entrepreneur, c'est-à-dire le fait d'être responsable d'actions relatives à la gestion d'une entreprise, la notion dévie vers l'esprit d'entreprise, c'est-à-dire l'aptitude à développer une capacité d'entreprendre.

Dans la thèse, j'opte pour la définition stricte de l'entrepreneuriat. Il s'agit d'étudier les personnes ayant créé ou qui sont en cours de création de leur entreprise, quels que soient le type et le statut juridique de leur activité. Comme je m'intéresse à l'accompagnement, j'établis une focale sur les entrepreneurs suivis par des structures. Pour autant, l'enquête prend en compte les définitions subjectives de l'entrepreneuriat formulées par les personnes rencontrées en regardant si celles-ci correspondent au cadre juridique légal ou à l'esprit d'entreprendre

pour comprendre comment les individus conçoivent leur démarche entrepreneuriale.

### *1.1.2 Circonscrire le périmètre : une approche transcalaire des quartiers prioritaires*

L'espace est le contenu et le contenant de la thèse : les QPV représentent à la fois l'objet et le terrain d'étude. Le périmètre de la géographie prioritaire est fixé par le décret n° 2014-1750 du 30 décembre 2014 pour la métropole, et par le décret n° 2014-1751 du 30 décembre 2014 pour les départements et collectivités d'Outre-mer, rectifiés par le décret n° 2015-1138 du 14 septembre 2015. Délimités à partir du critère unique du revenu par habitant à l'échelle des données carroyées de l'Insee, les contours des quartiers prioritaires ont été élaborés par le CGET. Ces derniers représentent des périmètres juridiques réglementaires bien établis au sein desquels sont mises en oeuvre les actions spécifiques à la politique de la ville. Pour autant, cette catégorie spatiale montre ses limites dans la production de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Selon les stratégies territoriales des Intercommunalités compétentes en la matière, les actions d'accompagnement à l'entrepreneuriat dépassent parfois les limites administratives des QPV puisqu'il s'agit d'intégrer plus que de différencier ces territoires par rapport au reste de l'agglomération. Bien que l'objet d'étude traite de l'entrepreneuriat dans les QPV, les résultats présentés dans les chapitres suivants concernent l'ensemble du territoire intercommunal dans lequel s'élabore et se concrétise la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité. Par ailleurs, l'attention accordée aux pratiques des individus accompagnés conduit aussi à dépasser le cadre spatial réglementaire des QPV, qui reste majoritairement inconnu de la population résidente, et ainsi à interroger les limites territoriales institutionnelles de la politique de la ville.

De fait, une approche transcalaire de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV s'impose. La thèse vise à rendre compte à différentes échelles des stratégies des acteurs de l'entrepreneuriat en utilisant le trio notionnel d'espace, d'acteur, et d'échelle cher à la géographie. Il s'agit d'interroger la production d'une politique publique territorialisée en focalisant l'attention sur les représentations et les pratiques des acteurs locaux de structures d'accompagnement. Ces dernières agissent dans un contexte institutionnel délimité principalement au sein de leur intercommunalité. Ce périmètre a été privilégié car l'échelon intercommunal est compétent dans la mise en œuvre de la politique de la ville. Il constitue à la fois une catégorie de l'action publique et un cadre d'observation des pratiques. Mais d'autres

échelles entrent en jeu pour comprendre la production de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Les représentations et les pratiques d'acteurs s'alimentent depuis le niveau micro-local des structures jusqu'au niveau national, voire international avec les réseaux d'échanges économiques et législatifs transnationaux.

### *1.1.3 Circonscrire les acteurs : la politique d'accompagnement*

La thèse centre son analyse sur trois structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité qui agissent auprès d'entrepreneurs installés en QPV. Elle étudie plus précisément les objectifs, les méthodes, et les formes que prend leur accompagnement dans des contextes territoriaux particuliers. Si l'accent est porté sur le rôle du conseiller dans sa relation avec l'individu accompagné, l'analyse de la politique publique d'aide à l'entrepreneuriat en QPV conduit à prendre en compte l'ensemble des acteurs qui gravite autour de l'accompagnateur car l'activité économique n'est pas un champ isolé. Elle dépend de l'ordre culturel et social, et donc des éléments politiques et sociaux qui constituent son cadre. J'intègre ainsi la pluralité des acteurs de l'entrepreneuriat qui interagissent avec les structures étudiées : des acteurs de l'accompagnement étendu comme les structures de financement ou les structures d'hébergement, des acteurs publics qui gèrent la politique de la ville et/ou le développement économique, des acteurs privés comme les entreprises, etc. La thèse s'intéresse aux acteurs politiques qui déterminent les finalités, aux acteurs administratifs qui les diffusent, aux acteurs praticiens qui les appliquent, et aux entrepreneurs accompagnés qui les reçoivent et se les approprient. De nature publique ou privée, sous le statut d'administration, d'association, d'entreprise, ou simples individus, ils œuvrent à différentes échelles et dans des domaines variés qui relèvent des champs économique, politique, et/ou social qui sont liés au soutien entrepreneurial en QPV. Leurs discours, leurs objectifs, et leurs modes d'action se distinguent, parfois en étant complémentaires, parfois en étant divergents. Par exemple, les collectivités territoriales suivent des orientations dissemblables et agissent dans des cadres spatiaux différents par rapport à l'entrepreneuriat : les Régions privilégient les dynamiques de développement économique tandis que les Départements tiennent d'abord compte des effets sociaux de la création d'activité sur les individus. Il s'agit d'étudier la cohérence entre les discours et les pratiques de chacun des acteurs, mais aussi leur articulation les uns aux autres depuis les acteurs politiques nationaux qui édictent les grandes orientations jusqu'aux individus conseillers qui sont confrontés quotidiennement aux situations personnelles des entrepreneurs, en passant par les structures d'accompagnement qui suivent un

cadre général tout en agissant localement.

Le schéma ci-dessous illustre la transcscalarité des acteurs de l'accompagnement entrepreneurial en QPV.

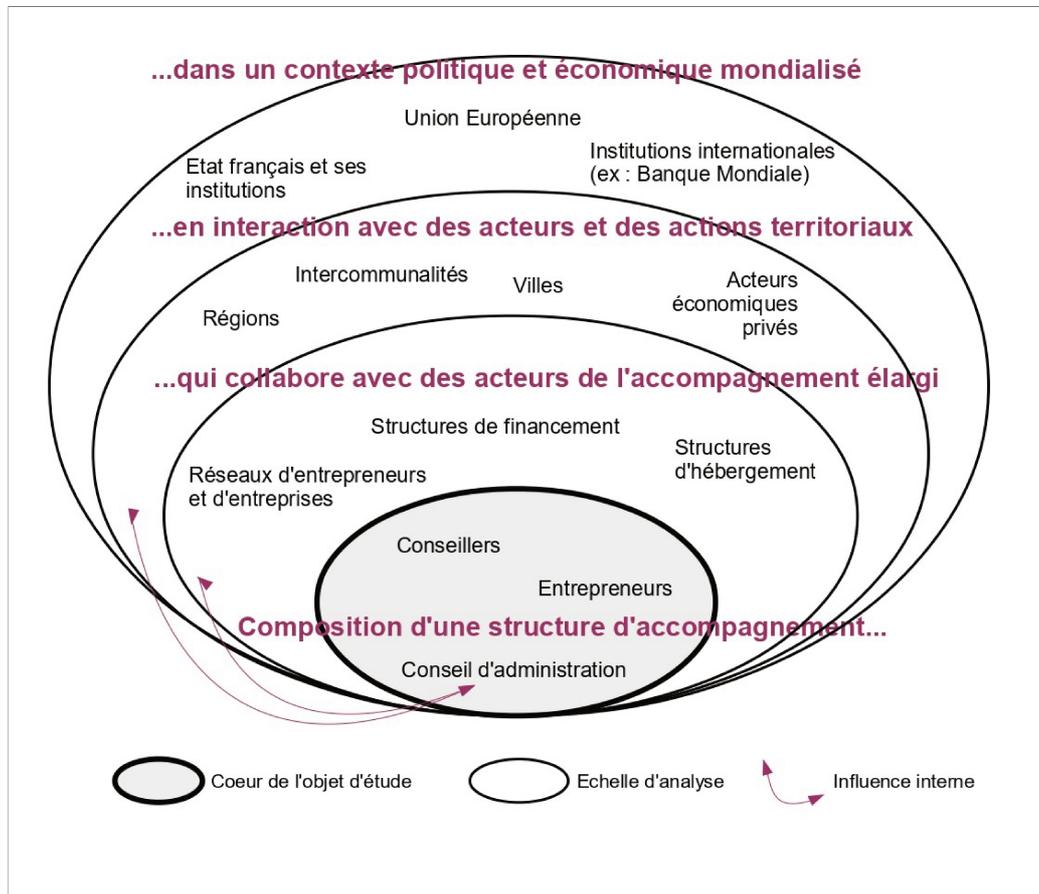


Illustration 4: Un accompagnement entrepreneurial ancré dans des réseaux d'acteurs multiscalaires

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

L'enquête de terrain cible trois structures d'accompagnement et le public qu'elles suivent, tout en élargissant la focale sur l'ensemble des acteurs de l'entrepreneuriat des territoires d'étude pour mieux comprendre les dynamiques dans lesquelles ces structures s'inscrivent. Il s'agit maintenant de présenter celles-ci.

## 1.2 Deux terrains : le dispositif Osez Entreprendre et la Miel

### 1.2.1 *Le dispositif Osez Entreprendre dans les QPV de Nantes Métropole*

#### 1.2.1.1 Un dispositif ancien, collectif, et institutionnel

Le dispositif Osez Entreprendre qui agit dans l'ensemble des QPV de Nantes Métropole constitue le premier terrain d'étude de la thèse. Osez Entreprendre est un dispositif créé à l'initiative de l'intercommunalité Nantes Métropole<sup>57</sup> qui a la compétence administrative et territoriale pour la politique de la ville. Créé en 2013, il remplace le service de proximité Citélab lancé en 2006 en même temps que les maisons de l'emploi<sup>58</sup>. Il vise à sensibiliser et à accompagner les entrepreneurs vivant ou s'installant dans un QPV de Nantes Métropole, à l'amont et à l'aval de la création de leur entreprise. Sa mise en œuvre concrète repose sur cinq structures de l'accompagnement étendu<sup>59</sup>. Deux structures sont des structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité au sens strict. Il s'agit de la BGE et de l'Ouvre-Boîte 44, coopérative d'activité et d'emploi (CAE)<sup>60</sup> locale. Elles sensibilisent, accueillent, accompagnent, et forment les entrepreneurs inscrits à Osez Entreprendre. Deux autres structures sont des structures de financement. Il s'agit de l'Adie et de France Active Loire-Atlantique. Elles sensibilisent et financent les entrepreneurs inscrits à Osez Entreprendre. Enfin, la dernière structure joue le rôle de porte d'entrée dans le dispositif. Il s'agit des maisons de l'emploi de Nantes Métropole. Situées dans les QPV, elles accueillent physiquement les entrepreneurs, centralisent leurs appels, et les renvoient aux structures adéquates. Elles organisent également des événements. La BGE a la charge de coordonner l'ensemble de ces acteurs de terrain et de faire le lien avec les acteurs de la Métropole. Le schéma ci-dessous donne à voir l'ensemble des acteurs qui participent au dispositif Osez

---

57 Cette communauté urbaine acquiert le statut de Métropole avec la loi MAPTAM de juillet 2014. Située dans la région Pays de la Loire, plus précisément dans le département de Loire-Atlantique, elle regroupe 24 communes dont Nantes.

58 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

59 Le premier chapitre a défini l'expression « accompagnement étendu ».

60 Une coopérative d'activité et d'emploi est une coopérative dont le statut est reconnu juridiquement dans la loi ESS de 2014. Cette structure propose un portage juridique aux travailleurs indépendants qui testent leur activité économique en tant qu'entrepreneurs-salariés. Ce statut leur procure une sécurité et un accompagnement en échange d'un pourcentage sur leur marge.

Entreprendre.

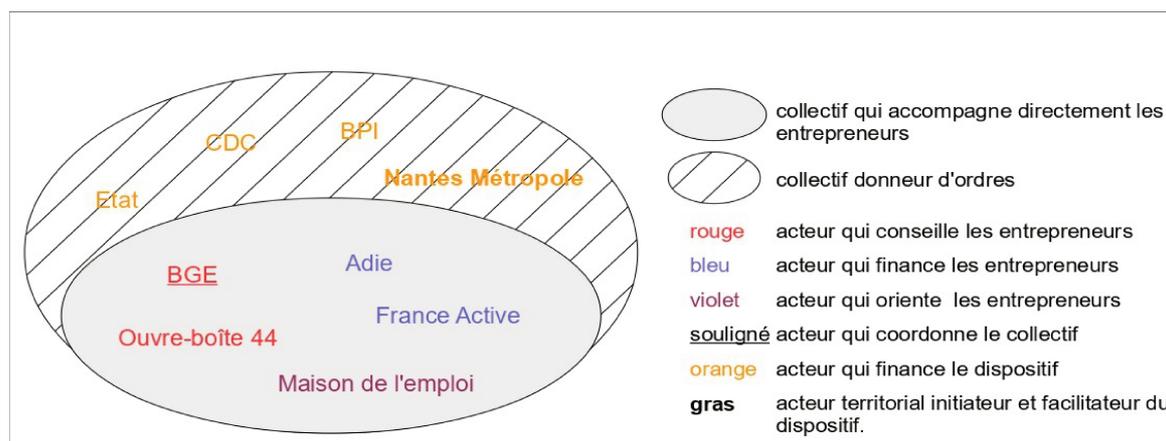


Illustration 5: Les acteurs composant le dispositif Osez Entreprendre

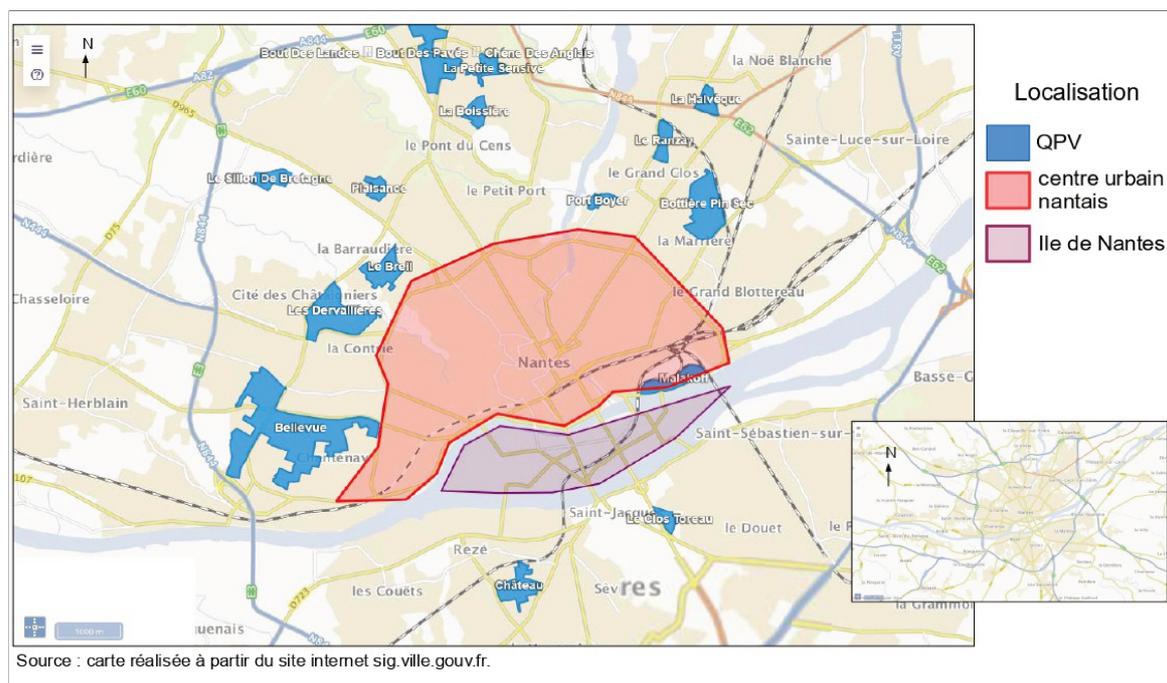
Réalisation : Loréna Clément, 2020.

D'après le bilan d'activité de l'année 2019, le dispositif a accueilli 163 personnes cette année-là, en a accompagné 110 en amont de la création et 97 en post-crétion. L'année précédente, il a été lauréat de l'appel à projet lancé par l'AFE sur le développement de l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. Le dispositif a bénéficié d'une hausse importante de financement public sur la période 2018-2020 dans le but de renforcer ses démarches de sensibilisation et d'accompagnement post-crétion dans les QPV, ainsi que d'expérimenter de nouvelles pratiques dans une optique de duplication du modèle. Le financement a également permis d'intégrer France Active et l'Adie au sein du dispositif alors qu'ils étaient jusqu'à présent des partenaires satellites.

### 1.2.1.2 Une fracture territoriale qui s'accroît

Les acteurs d'Osez Entreprendre agissent dans les 15 QPV de Nantes Métropole. Répartis sur 4 communes à savoir Nantes, Rezé, Orvault, et Saint-Herblain, ces QPV réunissent environ 52 000 habitants, soit un peu moins de 10 % de la population de Nantes Métropole. Les acteurs d'Osez Entreprendre regroupent les 15 QPV en 8 zones territoriales : Bellevue, qui est le plus gros QPV de la métropole et rassemble un tiers de la population vivant en QPV ; le Breil rattaché aux Dervallières ; Plaisance rattachée au Sillon de Bretagne ; Nantes Nord qui englobe La Boissière, La Petite Sensive, le Chêne des Anglais, le Bout des Pavés, et le Bout des Landes ; Nantes Est qui englobe La Halvêque, le Ranzay, Port-Boyer, et Bottière-Pin Sec ;

Malakoff ; Le Clos Toreau ; le Château. La carte ci-dessous localise les différents QPV dans l'agglomération nantaise.



Carte 1: Les territoires de Nantes Métropole

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Généralement construits dans les années 1960, la majorité des logements des QPV de Nantes Métropole prend la forme de barres et côtoie des zones pavillonnaires. Quelques quartiers sont néanmoins marqués par des tours comme le Sillon de Bretagne ou Port-Boyer. Les QPV de Nantes Métropole sont divers en termes d'animation locale. Certains quartiers sont dynamiques, possédant des pôles d'échange de transport et un nombre important d'établissements économiques. C'est le cas du Sillon de Bretagne, du Château, des Dervallières, ou de Bellevue. On y dénombre des hôtels d'entreprise, des cours d'activité, et des zones commerciales pérennes. Le quartier de Bellevue fait d'ailleurs l'objet d'un projet NPNRU de restructuration commerciale tout comme Nantes Nord. D'autres quartiers, plus excentrés du cœur dynamique du centre-ville nantais, sont surtout des zones d'habitation où existent quelques services de proximité. Les locaux commerciaux ont été abandonnés. C'est le cas de Nantes Est et de certains QPV de Nantes Nord. Cette diversité en termes de dynamique économique se retrouve dans la situation socio-économique des populations résidentes. D'après les données du CGET, le taux de chômage par quartier varie de 16 % à 23 %, le taux

d'activité de 44 % à 58 %, le taux de pauvreté de 32 % à 48 %, et la médiane annuelle du niveau de vie de 11 000 euros à 15 000 euros en 2018. Les photographies ci-dessous illustrent la pluralité des QPV de l'agglomération nantaise.

*Les QPV pluriels de Nantes Métropole*



Illustration 6: QPV du Château à Rezé

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2019.*



Illustration 7: QPV de la Boissière à Nantes

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2019.*



Illustration 8: QPV de Malakoff à Nantes

*Réalisation : Loréna Clément, mai 2018.*

Les QPV de Nantes Métropole sont avant tout constitués de logements collectifs construits à partir des années 1960 en contact les uns des autres par un système de rues internes au quartier et par des pelouses parfois arborées. Des différences existent néanmoins entre des bâtiments aux formes allongées comptant moins de 6 étages et des tours pouvant atteindre plus de 20 étages. En outre, quelques quartiers ont récemment fait l'objet de rénovation urbaine tels que Malakoff tandis que d'autres présentent davantage un aspect dégradé. Ces espaces résidentiels sont généralement accompagnés d'une zone dédiée aux services et aux commerces de proximité dont la vitalité varie d'un QPV à l'autre.

Bien que les conditions de vie soient hétérogènes d'un QPV de Nantes Métropole à un autre, l'ensemble de ces territoires est en rupture avec la dynamique socio-économique de leur espace englobant. L'intercommunalité de Nantes Métropole, le département de Loire-Atlantique, et la région Pays de la Loire sont trois territoires administratifs aisés d'un point de vue économique et social. D'après les données de l'Insee fournies en 2020 sur l'internet, leur taux de chômage avoisine les 8 %, leur taux d'activité les 75 %, leur taux de pauvreté les 11 %, et la médiane du niveau de vie de leurs habitants les 20 000 euros par an. Le territoire de Nantes Métropole est particulièrement dynamique sur le plan économique. De nombreuses industries de pointe agissant dans des secteurs divers y sont implantées. Selon différents documents institutionnels de la Métropole mis en ligne sur son site internet, près de 5 000 entreprises y sont créées chaque année, leur taux de survie après 5 ans d'activité se situe entre

50 % et 60 %, et les structures d'hébergement entrepreneurial sont remplies en moyenne à 98 % de leur capacité. Malheureusement, l'Intercommunalité ne renseigne pas ce type de données économiques pour les QPV, ce qui limite la comparaison et l'analyse de leur intégration aux dynamiques métropolitaines. Cette forte dynamique nantaise renforce la fracture entre ces derniers et leur unité urbaine environnante malgré l'implication ancienne des acteurs de la Métropole dans la politique de la ville selon un représentant de Nantes Métropole en charge de la cohésion sociale dans la politique de la ville lors d'un entretien (mai 2018). Par exemple, la Métropole a créé Osez Entreprendre avant que l'entrepreneuriat ne devienne une stratégie nationale portée dans les contrats de ville ; elle a implanté des services publics de proximité et des lignes de tramway dans les QPV ; elle a continué à financer les maisons de l'emploi après le retrait de l'État.

## 1.2.2 *La Miel à Plaine Commune*

### 1.2.2.1 Une structure historique de l'intercommunalité

La structure intitulée la Miel qui agit sur l'ensemble du territoire de Plaine Commune constitue le second terrain d'étude de la thèse. La Miel est une structure d'accompagnement à la création et au développement d'activité créée en 1998 à l'initiative des élus des communes de Plaine Commune<sup>61</sup>. Selon le président d'alors de la Miel, également élu de Saint-Denis et vice-président à l'habitat et au foncier de Plaine Commune<sup>62</sup>, les élus souhaitaient contrebalancer le développement économique exogène du territoire induit par l'installation du Stade de France et l'aménagement de la Plaine Saint-Denis par une structure de développement économique endogène qui accompagne les entrepreneurs locaux (entretien en septembre 2018). D'abord centrée sur l'accompagnement post-crédation, la Miel a intégré l'accompagnement des porteurs de projet. Elle gère aussi la pépinière d'entreprises de Plaine Commune installée à la Courneuve dans le cadre d'une délégation de service public. Elle repose sur une équipe de cinq conseillers et fait régulièrement appel à une quarantaine d'intervenants extérieurs pour les moments de formation et de mise en réseau. Ses bureaux se situent dans une rue animée du centre-ville de Saint-Denis, au premier étage d'une coopérative

---

61 Cette intercommunalité, devenue Établissement Public Territorial (EPT) dans le cadre du Grand Paris, regroupe 9 communes de Seine-Saint-Denis : Aubervilliers, Épinay-sur-Seine, L'Île-Saint-Denis, la Courneuve, Pierrefitte-sur-Seine, Saint-Denis, Saint-Ouen, Stains et Villetaneuse.

62 Ses fonctions concernent la période de terrain de la thèse. Le conseil d'administration de la Miel a procédé à l'élection de son nouveau bureau en octobre 2020.

composée d'un espace de fabrication, d'un espace de restauration, et d'une boutique<sup>63</sup>.

---

<sup>63</sup> Je ne présente pas les bureaux d'Osez Entreprendre car le dispositif n'en possède pas de spécifique. Je reviendrai sur les causes et sur les conséquences de cette absence dans la suite de la thèse.

*Aperçu visuel de la Miel et de son environnement immédiat*



Illustration 9: La façade de la Miel

*Réalisation : Loréna Clément, mai 2020.*

La structure est logée aux premier et deuxième étages. L'entrée se situe à droite, la porte de gauche donnant sur la coopérative.



Illustration 10: La rue où est située la Miel

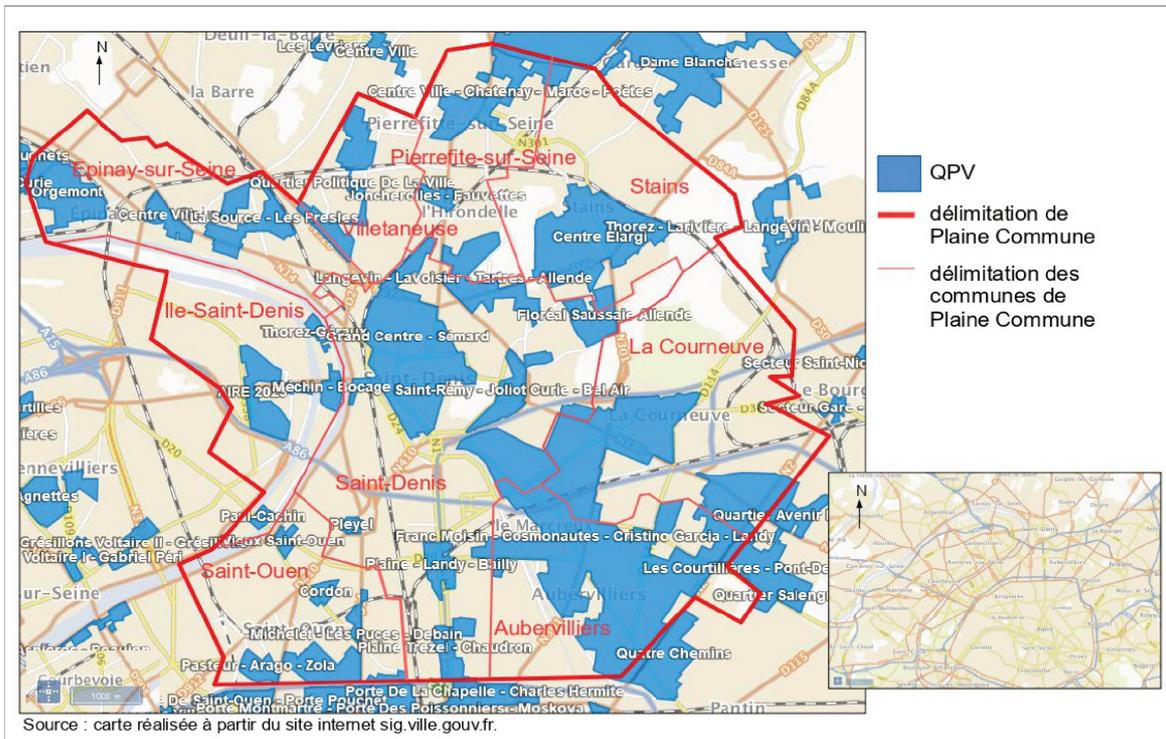
*Réalisation : Loréna Clément, mai 2020.*

La structure est implantée sur le trottoir de gauche. Au bout de la rue, une station de tramway et une station de métro y facilitent l'accès. A l'arrière-plan, le Stade de France se distingue.

Selon son rapport d'activité de l'année 2018, la Miel a accueilli 723 personnes et elle a accompagné 173 porteurs de projet et 56 entrepreneurs post-crédation (La Miel, 2019). Cette même année, la structure a été relocalisée suite à un projet NPNRU détruisant son bâtiment implanté dans la cité du Franc-Moisin à Saint-Denis. D'après le président et la directrice de la Miel, la relocalisation, approuvée par la majorité des élus de Plaine Commune, a pour but de faciliter son accessibilité et de renforcer sa visibilité afin d'attirer un public d'entrepreneurs plus diversifié (observation en mai 2018). Dans ce cadre, une nouvelle dynamique d'accompagnement est à l'œuvre qu'il est intéressant d'étudier dans la thèse.

#### 1.2.2.2 Un territoire dynamique marqué par la présence de QPV

Comme le stipulent les différents rapports de la structure, les élus ont décidé que la Miel s'adresserait à tous les entrepreneurs vivant ou implantant leur activité sur le territoire de Plaine Commune. La Miel ne cible donc pas les QPV. Pour autant, les 23 quartiers prioritaires représentent 68 % de la superficie et 65 % des 410 000 habitants de l'intercommunalité. Ils font partie intégrante de la structure territoriale de Plaine Commune. Dans ce cadre, je ne détaille pas les données factuelles de chaque QPV mais traite globalement du territoire intercommunal dans son ensemble. La carte ci-dessous localise les différents périmètres des QPV de Plaine Commune.



Carte 2: Les QPV de Plaine Commune

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Les conditions de vie socio-économiques des habitants de Plaine Commune sont relativement précaires. D'après les chiffres du Système d'information géographique (SIG) de la politique de la ville, le taux de chômage concerne 18,3 % de la population, le taux de pauvreté atteint 37,5 %, et la médiane du niveau de vie environ 14 500 euros par an en 2018. Ces nombres rejoignent ceux du département de la Seine-Saint-Denis bien qu'ils dénotent une précarité plus forte à Plaine Commune. En Seine-Saint-Denis où 38 % de la population vit en QPV, le taux de chômage est de 12,6 %, le taux de pauvreté de 28,6 %, et la médiane du niveau de vie de 16 700 euros par an. En revanche, ces nombres montrent une fracture forte avec la région Île-de-France où 13 % de la population vit en QPV : le taux de chômage concerne 8,5 % des habitants, le taux de pauvreté 7,7 %, et la médiane du niveau de vie atteint 22 500 euros pour la même année. Ces quelques éléments statistiques illustrent le constat qui n'est plus à démontrer d'une région caractérisée par des inégalités intraterritoriales importantes. Toutefois, Plaine Commune est aussi marqué par une forte dynamique économique. Ce territoire concentre 30 % des créations annuelles d'entreprises de la Seine-Saint-Denis alors qu'il représente 25 % de sa population. En bordure immédiate de la capitale, il profite du

dynamisme francilien et se situe à la 4ème place des 24 bassins d'emplois de la région. Pour autant, il existe une déconnexion entre les emplois et les habitants de Plaine Commune qui profitent peu des richesses créées (Plaine Commune, 2015). Les chapitres suivants interrogent en quoi la structure d'accompagnement à l'entrepreneuriat la Miel renforce une logique de développement endogène, et ce d'autant plus que le taux de survie des entreprises après 5 ans d'activité ne dépasse pas 40 % alors qu'il atteint 49,3 % à l'échelle francilienne et 52,9 % à l'échelle nationale (IAU, 2019).

La structure d'accompagnement la Miel et le dispositif Osez entreprendre, composé de plusieurs structures, agissent dans des contextes territoriaux différents. Alors que les QPV de Nantes Métropoles sont dispersés au sein d'une ville en fort développement, les QPV de Plaine Commune constituent la majorité d'un territoire globalement paupérisé dans une région structurées par des inégalités spatiales. Toutefois, la Miel et Osez Entreprendre sont tous deux portés par des stratégies intercommunales qui prennent en compte le développement économique et les QPV. Il convient maintenant d'expliquer le choix de ces terrains dissemblables mais similaires.

## **1.3 Le choix de terrains similaires mais dissemblables**

### *1.3.1 Un processus itératif*

#### 1.3.1.1 Une sélection après exploration

Faute de littérature scientifique dédiée au sujet, j'ai commencé mes recherches par un examen de la littérature grise sur l'entrepreneuriat en France et en QPV afin de dégager les pistes que je souhaitais explorer. Les rapports et les documents de communication d'acteurs institutionnels variés, nationaux ou locaux, orientant les mesures de soutien à la création d'activité ou les mettant en œuvre, m'ont permis d'avoir un premier aperçu des acteurs en présence. Le soutien à l'entrepreneuriat en QPV étant une mesure récente, ces acteurs sont encore peu nombreux. J'ai donc contacté et mené des entretiens exploratoires avec une vingtaine d'entre eux pour un premier débroussaillage du sujet avant de choisir les terrains d'enquête en fonction des pistes qui me semblaient les plus pertinentes à creuser.

L'accompagnement à l'entrepreneuriat en politique de la ville étant une thématique assez neuve, il est encore peu implanté dans les QPV à la fin de l'année 2017. J'ai focalisé mon attention sur deux terrains où des structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité agissent depuis longtemps en lien avec les élus locaux. Par ailleurs, l'année 2018 a marqué un tournant dans l'organisation de la structure et du dispositif sélectionnés : la Miel a déménagé ses locaux implantés au cœur d'une cité vers une rue animée du centre-ville de Saint-Denis, et Osez Entreprendre a vu son budget augmenter fortement suite à la réussite de l'appel à projet lancé par l'AFE. Cette période charnière a conduit les acteurs des structures à redéfinir leurs stratégies et leurs actions, renforçant la pertinence à étudier ces terrains pour appréhender l'évolution de la mise en œuvre du soutien à l'entrepreneuriat en QPV.

Les terrains sélectionnés renvoient moins à des espaces géographiques qu'à des structures qui agissent dans des contextes territoriaux particuliers, et donc aux relations sociales entre les acteurs institutionnels de l'accompagnement et avec les entrepreneurs qu'ils suivent. Le choix des structures m'a conduite à recentrer l'objet d'étude autour de la création d'entreprise au sens classique du terme car il représente leur mode d'accompagnement principal. Malgré l'appétence initiale que j'éprouvais pour la question de l'ESS en politique de la ville, j'étudie ce thème seulement à la marge car il est peu porté par les structures étudiées et renvoie à d'autres pistes de recherche.

L'ensemble des acteurs de la Miel et d'Osez Entreprendre n'a pas hésité à m'ouvrir ses portes dès la phase exploratoire, que ce soit les conseillers ou les acteurs administratifs locaux. Les membres du dispositif Osez Entreprendre m'ont d'ailleurs fait part de leur agréable surprise à constater qu'une doctorante de l'agglomération parisienne s'intéressait à leur cas. Alors que j'ai connu l'existence de ces derniers et les ai contactés après des recherches sur l'internet, j'avais déjà croisé la route de certains membres de la Miel à travers un précédent emploi au CGET et la présence de mon lieu d'habitation à proximité de la structure. Du début de l'année 2018 au début de l'année 2020, j'ai mené des observations et des entretiens avec les structures choisies ainsi qu'avec les acteurs de leur réseau.

### 1.3.1.2 Laisser place à la découverte

« La recherche relève davantage d'un savoir-faire que d'une adhésion servile à des règles méthodologiques » (Miles, Huberman, 2003, p.18). Alors que mon cursus scolaire et universitaire m'a toujours incitée à structurer ma pensée en suivant des codes établis, la

rencontre du terrain a déstabilisé cette façon de faire. Elle m'a incitée à m'ouvrir davantage à l'inattendu et à reformuler constamment mes réflexions. Les échanges avec des personnes travaillant quotidiennement auprès des entrepreneurs des QPV ont révélé un certain nombre d'éléments que je n'avais pas imaginé en amont de l'enquête, notamment sur la diversité des activités, des motivations, et des profils d'entrepreneurs, mais aussi sur la pluralité des acteurs de l'accompagnement et des conflits qui y sont liés. Les récits de vie ont fait émerger des thèmes que je n'avais pas envisagés en permettant aux enquêtés de dire ce qu'ils considéraient important dans leur démarche entrepreneuriale, comme par exemple la recherche unanime d'un épanouissement personnel par la création de sa propre activité. Ces échanges ont remis en lumière le manque d'études précises sur ce sujet, ainsi que le décalage des discours médiatiques nationaux avec les réalités locales. Dans des allers-retours permanents entre la théorie et le terrain, la grille d'entretien<sup>64</sup> a été épurée et rendue plus malléable afin de recadrer les enjeux préalablement identifiés mais aussi de laisser advenir des enjeux inenvisagés. Le sujet de la thèse est donc le résultat d'un processus itératif d'interrogations. Le cadre théorique initial a été confronté et remodelé par les expériences empiriques, elles-mêmes influencées par ce cadre analytique mouvant. Par exemple, le rôle imbriqué des caractéristiques sociales plurielles des individus dans leur démarche entrepreneuriale est apparu au cours du terrain. L'influence de l'origine géographique des entrepreneurs est devenue un thème à approfondir. Les résultats issus de l'enquête sont donc à la fois des vérifications et des découvertes qui s'appuient sur l'analyse des expériences des acteurs locaux pour comprendre ce qui se cache derrière les images communes de l'entrepreneuriat en QPV.

Le choix d'étudier l'accompagnement à l'entrepreneuriat en politique de la ville à travers deux terrains d'enquête m'a conduite à clarifier leur mise en relation.

### *1.3.2 Deux études de cas plus qu'une comparaison*

#### *1.3.2.1 Deux projets d'Intercommunalité*

Les terrains choisis sont similaires sur plusieurs points. Les structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité étudiées sont anciennes et ancrées localement. Elles ont plus de 15 ans d'existence et œuvraient dans le champ de l'entrepreneuriat avant la

---

<sup>64</sup> Les structures de la grille d'entretien destinée aux entrepreneurs et de la grille d'entretien destinée aux acteurs de l'accompagnement à l'entrepreneuriat se situent en annexe 3.

réforme de la loi Lamy de 2014 qui met l'accent sur ce domaine. Elles connaissent généralement bien les QPV du territoire même si le renouvellement constant des conseillers nuit à leur ancrage local. En outre, ce sont des structures soutenues par les élus de l'intercommunalité dans laquelle elles sont implantées. Plaine Commune et Nantes Métropole se sont positionnées tôt en faveur de l'intégration de leurs QPV au reste de l'agglomération en développant notamment une stratégie dans le champ de l'entrepreneuriat. Les deux Intercommunalités ont élaboré un parcours fléché d'acteurs de l'accompagnement étendu auquel la Miel et Osez Entreprendre sont intégrés. Ils font ainsi partie du réseau intercommunal des acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat. Enfin, l'évolution en 2018 des objectifs des structures étudiées conduit leurs conseillers à renforcer l'accompagnement post-crédit à travers la mise en réseau des entrepreneurs, la communication, ou encore le déploiement de nouvelles relations partenariales. C'est aussi un moment où les conseillers s'interrogent sur la mise en œuvre locale de nouvelles formes d'accompagnement valorisées à la fois par les acteurs politiques et économiques nationaux et par les chercheurs en science de gestion, à savoir l'accompagnement pair-à-pair tel que le mentorat ou le parrainage.

### 1.3.2.2 Des divergences à contextualiser

Des différences initiales importantes existent toutefois entre les terrains sélectionnés. Alors que la Miel est une structure d'accompagnement, Osez Entreprendre est un dispositif qui regroupe en son sein plusieurs structures d'accompagnement et de financement. L'organisation fonctionnelle différente entraîne des divergences en termes de relation partenariale, de réseau, et d'ancrage local. En outre, le dispositif Osez Entreprendre cible les entrepreneurs vivant ou s'implantant en QPV tandis que la Miel s'adresse à l'ensemble des entrepreneurs de Plaine Commune même si les QPV recouvrent près de 70 % du territoire intercommunal. L'écart en termes de ciblage de population a des incidences sur les profils des entrepreneurs accompagnés et donc sur les modes d'action des accompagnateurs. Il crée aussi une différence notable en termes quantitatifs. La Miel s'adresse à un vivier potentiel de plus de 200 000 résidents actifs en 2015 tandis que le vivier d'Osez Entreprendre en compte environ 35 000 en 2017<sup>65</sup>. En 2018, la Miel a accueilli 750 personnes et Osez Entreprendre 130. Dans ce cadre, les moyens mis en œuvre divergent eux aussi. Enfin, la Miel a été explicitement créée dans un but de développement économique local, ce qui n'est pas le cas du dispositif Osez

---

<sup>65</sup> Les données proviennent du site internet de Plaine Commune et d'un calcul rapide soustrayant le nombre d'habitants de moins de 15 au nombre d'habitants total dans les différents QPV de Nantes Métropole à partir des informations de l'Insee fournies sur le SIG de la politique de la ville. Sans être précises, elles permettent une comparaison d'ensemble.

Entreprendre. Plaine Commune se situe dans l'aire d'attraction parisienne dont elle tire profit tout en cherchant à s'en dégager par un dynamisme économique endogène tandis que Nantes Métropole structure son essor économique principalement autour de sa ville-centre. Une fois encore, cette dichotomie en termes de stratégie territoriale a des incidences sur les profils des entrepreneurs accompagnés mais aussi sur le type de relations partenariales déployées et sur le type de formations proposées sur lesquels je reviendrai dans les chapitres de résultats.

Il s'agit alors d'étudier une diversité de situations en termes d'objectifs de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, de profils d'entrepreneurs, ou encore de processus d'accompagnement afférents. L'étude de cas sur deux territoires permet d'appréhender deux systèmes contextualisés d'acteurs relatifs à la politique publique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Leur similarité et leur dissension nourrissent une analyse plus générale. S'ils représentent des cas particuliers, les terrains de la thèse visent aussi à alimenter des réflexions globales sur l'entrepreneuriat et sur la politique de la ville. Sans prétendre à leur généralisation, le recouplement et la récurrence d'éléments issus des observations, des entretiens, et des analyses de document permettent d'émettre des « interprétations plausibles » (Bertaux, 1997, p.27) qui dépassent le cadre local de Plaine Commune et de Nantes Métropole. Il s'agit d'articuler l'ancrage dans le particulier à une compréhension générale de phénomènes.

Les allers-retours entre la littérature grise et des phases exploratoires de terrain m'ont conduite à sélectionner deux cas d'enquête, à savoir la structure la Miel à Plaine Commune et le dispositif Osez Entreprendre à Nantes Métropole. Tous deux accompagnent des entrepreneurs de leur territoire depuis plus de dix ans. Leur étude simultanée permet de mettre en regard les objectifs, le fonctionnement, et les effets locaux de la politique de soutien à la création et au développement d'activité en politique de la ville. Il convient maintenant d'aborder la méthodologie d'enquête employée et ce qu'elle a impliqué en termes de posture de recherche.

## 2 Une méthodologie qualitative en sciences sociales

### 2.1 Un triptyque méthodologique

#### 2.1.1 *Les observations de terrain*

##### 2.1.1.1 Les différents types d'observation

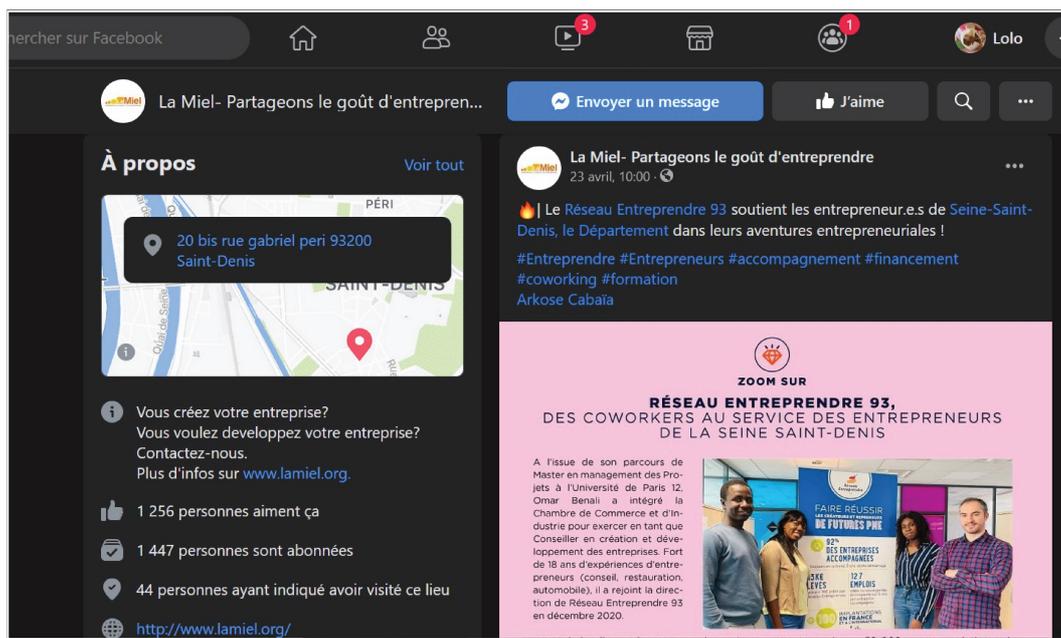
Les observations se situent à plusieurs échelles afin d'englober l'ensemble des acteurs de l'entrepreneuriat qui participe de près ou de loin à la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité dans les QPV. Bien que l'accent soit porté sur les événements organisés par les structures d'Osez Entreprendre et la Miel, je me suis aussi rendue à des événements organisés par les acteurs territoriaux partenaires ou concurrents, ainsi qu'à des événements d'ordre national pour une mise en contexte politique. Ces événements sont de natures diverses. J'ai observé des moments de sensibilisation et d'information à l'entrepreneuriat comme les séances de tractage sur les marchés alimentaires, des moments de formation collective autour de thématiques spécifiques comme la rédaction d'un bilan prévisionnel, des moments de mise en réseau comme des apéritifs dînatoires, des réunions techniques comme des comités de pilotage ou des assemblées générales, ou encore des séminaires thématiques à destination des professionnels de la création d'entreprise ou de la politique de la ville. Je n'ai participé qu'à un seul rendez-vous individuel entre un conseiller et un entrepreneur car ma présence pouvait être gênante pour les deux parties. L'ensemble des événements s'est déroulé dans des lieux variés, allant d'un bureau d'une maison de l'emploi dans un QPV de Nantes à un amphithéâtre du ministère de l'économie et des finances à Paris. Lors des observations d'événements, je me suis intéressée à la fois aux thèmes soulevés, aux jeux d'acteurs, et à la localisation du lieu. Ce dernier point est utile pour comprendre les relations des QPV et de leurs entrepreneurs avec les autres territoires. Dans une optique comparative, j'ai aussi visité des lieux emblématiques de l'entrepreneuriat à Plaine Commune et à Nantes Métropole, localisés ou non dans les QPV, cités à plusieurs reprises lors des entretiens : des incubateurs, des hôtels d'entreprise, des espaces de coworking... Je me suis également rendue dans différents QPV de Nantes Métropole et de Plaine Commune afin de m'imprégner de leur atmosphère et de la vie locale bien que celle-ci ne soit pas directement

rattachée à la thématique de l'entrepreneuriat.

Au total, j'ai observé 43 événements : 29 ont été organisés au sein de la Miel ou d'Osez Entreprendre, 8 s'inscrivent à l'échelle intercommunale ou régionale, et 6 sont des événements nationaux. Sur les 29 événements des structures étudiées, les deux tiers relèvent de la Miel. Cette différence d'observation s'explique par la proximité géographique de la Miel à mon lieu de vie, mais surtout par le nombre beaucoup plus important de formations et de temps de mise en réseau mis en place par la structure de Plaine Commune par rapport au dispositif Osez Entreprendre. Sur les 43 événements, 23 événements relèvent de moments de mise en réseau, 25 d'information, et 14 de formation. Un tableau situé en annexe 1 énumère l'ensemble sans prendre en compte les observations durant lesquelles j'ai visité des lieux de manière informelle.

Je précise par ailleurs que le terrain n'est pas seulement d'ordre physique. Il se situe aussi dans les réseaux sociaux. Les sites internet ainsi que les comptes Facebook, Instagram, ou LinkedIn des entrepreneurs et des structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité sont des sources d'information. Ils ont permis d'appréhender le rapport des acteurs au numérique dans un contexte entrepreneurial où le digital est extrêmement valorisé, de suivre les actualités de chacun, et de voir le réseau partenarial dans lequel ils s'inscrivaient à travers leurs « amis » et les nouvelles qu'ils décidaient de relayer. Pour ce faire, j'ai établi une chronologie des *posts* diffusés sur ces différentes plateformes numériques en précisant pour chacun d'eux l'auteur, le thème, le public visé, et les commentaires reçus. J'ai aussi noté l'évolution du nombre de *posts* ainsi que l'évolution du nombre d'« amis » des différents comptes que je suivais durant le temps de l'enquête. La capture d'écran ci-dessous en est un exemple.

## Les réseaux sociaux comme matériau de recherche



Réalisation : capture d'écran effectuée en mai 2021.

Les informations situées dans la colonne de gauche intitulée « A propos » permettent de voir l'évolution de la popularité numérique de la structure d'accompagnement en étudiant l'augmentation de son nombre d'abonnés et de personnes qui « aiment ça ». Les informations situées dans le fil d'actualité de la colonne de droite permettent de voir les acteurs qu'elle soutient et les formations qu'elle organise.

### 2.1.1.2 Les objectifs des observations : qui et comment ?

Les observations de terrain visent à répondre à deux grandes questions relatives à la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité dans les QPV : qui ? Comment ? L'observation permet de connaître les acteurs qui participent quotidiennement à cette politique et d'analyser les jeux de relation dans lesquels ils s'inscrivent : qui sont les interlocuteurs privilégiés et les absents lors des événements ? Quelles relations existent entre les collectivités territoriales, ainsi qu'entre les acteurs politiques et les techniciens ? A partir de ces différents éléments, je tente d'établir un réseau d'acteurs de l'entrepreneuriat agissant dans les deux terrains d'enquête. Ce réseau prend concrètement forme dans des lieux et met en valeur des thématiques qui lui sont chères. Dans ce cadre, l'observation permet de connaître les modalités pratiques de l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. Les analyses des événements durant lesquels les acteurs sensibilisent les habitants et ceux où ils décident des stratégies pluriannuelles apportent un regard complémentaire pour

mettre à jour les rouages de cette politique.

Des objectifs secondaires se distinguent selon l'échelle de l'observation. Concernant les événements à l'échelle des structures d'accompagnement, il s'agit d'étudier les contenus et les modalités d'accompagnement proposés aux entrepreneurs, les profils de ces derniers, et les interactions entre tous ces acteurs. Il s'agit également de comparer ce que je vois à ce que l'on me dit durant les entretiens pour appréhender les écarts et les adaptations entre les discours et les pratiques des institutions et des entrepreneurs. Concernant les événements aux échelles intercommunale, régionale, et nationale, il s'agit d'étudier l'intégration des structures locales dans les politiques et les réseaux d'acteurs de l'entrepreneuriat plus globaux, ainsi que de comparer les objectifs, les méthodes, et les profils des entrepreneurs accompagnés par les structures agissant en QPV à celles agissant hors de cette catégorie territoriale.

### 2.1.1.3 Ma posture lors des observations

Quand on me le demandait, je me présentais comme une étudiante à l'université qui s'intéresse à l'entrepreneuriat. J'ai précisé mon statut de doctorante et mon objet d'étude selon les interlocuteurs, mettant l'accent parfois sur l'accompagnement parfois sur les QPV. De manière générale, j'ai opté pour une observation passive où j'essayais de m'effacer au maximum pour que ma présence modifie le moins possible le déroulé de l'événement, notamment lors des temps de formation collective. Les conseillers préféraient parfois m'inclure autant que les entrepreneurs présents pour établir un niveau d'égalité. J'acceptais alors leur décision. A la fin des séances, j'en profitais pour établir le contact avec de nouveaux entrepreneurs ou actualiser la situation de ceux que j'avais déjà rencontrés. Lors des événements de mise en réseau, je mêlais les temps d'observation en surplomb à des temps d'échanges informels avec les acteurs présents. Je n'ai éprouvé aucune difficulté particulière à entrer et à m'ancrer dans les deux terrains. J'ai toujours été bien reçue, que ce soit par les acteurs institutionnels ou par les entrepreneurs. Globalement, j'étais considérée comme une « étranger[e] sympathisant[e] » (De Sardan, 2001, p.69).

Les observations de terrain sont complémentaires à des entretiens, second socle de la méthodologie qualitative employée.

## 2.1.2 *Les entretiens*

### 2.1.2.1 Les différents types d'entretien

J'ai mené des entretiens avec deux types d'acteurs : les acteurs institutionnels en lien avec l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV et les entrepreneurs. Les acteurs institutionnels recouvrent des profils divers : les acteurs politiques qui orientent les stratégies d'accompagnement, les acteurs administratifs qui les diffusent, les acteurs associatifs et les entreprises qui les appliquent concrètement. L'accompagnement est entendu ici dans son sens large. J'y inclus les acteurs de la sensibilisation, du financement, et de l'hébergement. Les entrepreneurs recouvrent également des statuts divers. Je cible principalement ceux accompagnés par les trois structures des deux terrains présentés précédemment, dans une moindre mesure ceux accompagnés par d'autres structures qui interagissent avec la Miel ou Osez Entreprendre, et ceux non accompagnés localisés sur les territoires de l'étude.

Les acteurs enquêtés agissent à des échelles différentes. Je me suis entretenue avec des acteurs et des têtes de réseau nationaux qui mettent en œuvre la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité sur l'ensemble du territoire français, mais qui développent parfois une approche spécifique pour la politique de la ville. J'ai aussi rencontré des acteurs régionaux et intercommunaux dont les champs de compétence relèvent de l'aménagement du territoire, du développement économique, ou de la politique de la ville. Enfin, j'ai discuté avec les acteurs locaux, élus ou accompagnateurs d'entrepreneurs, qui s'inscrivent dans des dispositifs particuliers et localisés.

Différentes temporalités d'entretien sont délimitables. J'ai débuté les six premiers mois de la recherche par des entretiens exploratoires. Une fois les terrains choisis, je me suis surtout entretenue avec les acteurs institutionnels chargés de l'accompagnement. Ces derniers m'ont mise en contact avec des entrepreneurs qu'ils suivaient et que je pouvais rencontrer en observation de terrain. J'ai donc commencé les entretiens avec des entrepreneurs plus tardivement, un an après le lancement de la thèse. Je voulais formuler plus clairement des enjeux avant de les rencontrer, me disant qu'ils auraient peu de temps à m'accorder et que je devais donc perdre le moins d'occasions possibles avec eux en période d'exploration. Pendant

l'année et demi suivante, j'ai discuté avec des entrepreneurs tout en continuant à voir des acteurs institutionnels, les entretiens avec les uns enrichissant la grille d'entretien des autres. J'ai rencontré certains entrepreneurs à plusieurs reprises avec un minimum de six mois d'intervalle afin d'appréhender l'évolution et la pérennité de leur activité dans la durée, car la création et le développement d'entreprise est un processus qui nécessite du temps. De cette façon, j'ai suivi quelques entrepreneurs sur une période de 18 mois. Un tableau situé en annexe 2 récapitule le calendrier des entretiens menés.

Enfin, j'ai employé différentes méthodologies d'entretien. J'ai mené des entretiens semi-directifs durant une à deux heures avec les acteurs institutionnels tandis que j'ai privilégié les récits de vie avec les entrepreneurs. Ces entretiens duraient une vingtaine de minutes jusqu'à trois heures.

Au total, je comptabilise 113 entretiens : 63 avec des acteurs institutionnels dont un mené avec deux personnes, et 50 avec des entrepreneurs dont deux menés avec deux personnes. Les 63 entretiens avec les acteurs institutionnels sont composés de 10 entretiens avec les conseillers et la directrice de la Miel, 18 entretiens avec les acteurs de son territoire communal, intercommunal, et régional, 9 entretiens avec les acteurs d'Osez Entreprendre, 13 entretiens avec les acteurs de son territoire communal, intercommunal, et régional, et 13 entretiens avec des acteurs nationaux ou d'autres territoires. J'ai rencontré 33 entrepreneurs lors des 50 entretiens dédiés à cette catégorie d'acteur, dont 12 sont accompagnés par le dispositif Osez Entreprendre, 15 par la Miel, et 5 par d'autres structures. Sur les 12 entrepreneurs accompagnés par Osez Entreprendre, j'ai discuté avec 10 à deux reprises et une à trois reprises. Sur les 15 entrepreneurs accompagnés par la Miel, j'ai discuté avec 8 à deux reprises. Sur les 5 entrepreneurs accompagnés par d'autres structures, je n'ai rediscuté qu'avec l'un d'eux. En parallèle de ces entretiens formalisés par une prise de rendez-vous en amont, je me suis entretenue avec des acteurs institutionnels et des entrepreneurs de manière informelle lors d'événements de mise en réseau, à la fin de formation collective, ou durant mes visites spontanées de lieux dédiés à l'entrepreneuriat. J'ai ainsi rencontré régulièrement et suivi quatre autres entrepreneurs accompagnés par la Miel. Le schéma ci-dessous résume les informations chiffrées qui viennent d'être détaillées.

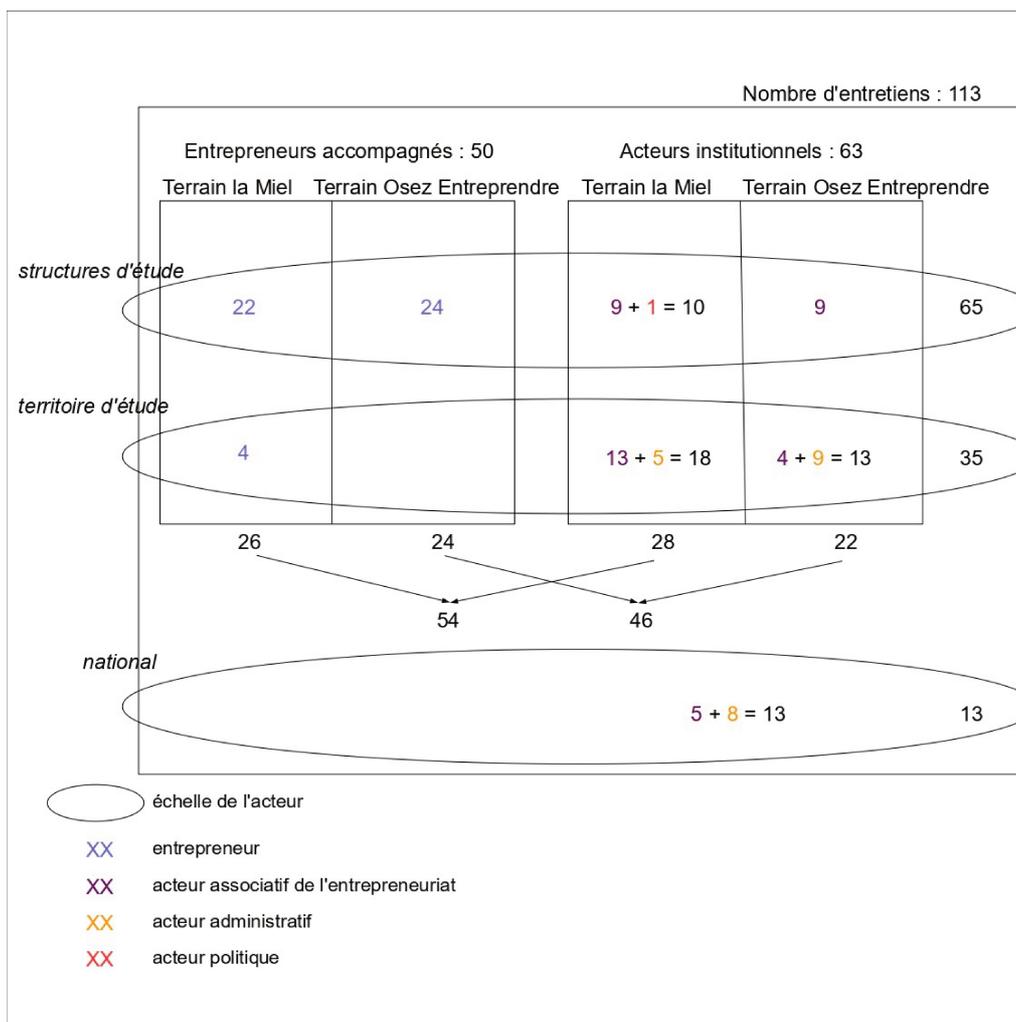


Illustration 11: Les entretiens menés

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

### 2.1.2.2 Les objectifs des entretiens : qui, où, et pourquoi ?

Les entretiens sont structurés autour de trois thématiques. La première thématique concerne le profil de l'acteur enquêté et de son activité en termes de type et d'évolution temporelle de l'entreprise, d'objectifs poursuivis, et de pratiques menées. La deuxième thématique concerne l'ancrage de l'acteur enquêté et de son activité, en termes de réseau partenarial et de territoire. La troisième thématique concerne les représentations de l'entrepreneuriat de l'acteur enquêté et/ou de l'institution qu'il personnifie en se focalisant sur les motivations et les façons de définir certains termes. Les grilles d'entretien suivent schématiquement cette organisation. Deux modèles-types de grille d'entretien se situent en annexe 3.

A partir de chaque entretien, j'ai constitué une grille d'analyse. J'ai élaboré et utilisé deux grilles d'analyse thématique, l'une à destination des entrepreneurs et l'autre à destination des acteurs institutionnels. Comme les grilles d'entretien, elles ont été modifiées au cours de la thèse dans un processus de réflexion itératif. Les grilles d'analyse destinées aux acteurs institutionnels abordent des thèmes larges : une présentation globale de leur structure, le public qu'ils ciblent, leur mode d'accompagnement, leur rapport à l'entrepreneuriat, leur rapport au collectif, leur ancrage territorial, leurs partenariats, leur modèle économique. Une fois la grille remplie, j'ajoutais un chapeau en tête de page exposant les conclusions générales. Les grilles d'analyse destinées aux entrepreneurs reprennent sensiblement les mêmes thématiques mais ces dernières sont déclinées en points précis. Par exemple, le rapport à l'entrepreneuriat possède des entrées sur les motivations, les compétences, la définition de l'entrepreneur, ou encore le rapport à la société dans l'activité. Chaque acteur enquêté est répertorié dans une fiche analytique, celle-ci étant actualisée dans le cas où plusieurs entretiens ont été menés.

Des objectifs secondaires distinguent les entretiens avec les acteurs institutionnels des entretiens avec les entrepreneurs. Concernant les acteurs institutionnels, je m'intéresse à la fois à l'usage narratif de l'entretien, c'est-à-dire au processus historique de construction de dispositifs et de politiques entrepreneuriales, et à l'usage compréhensif, c'est-à-dire aux pratiques concrètes et aux représentations d'acteur (Pinson, Sala Pala, 2007). Les entretiens semi-directifs apportent des informations factuelles qu'il s'agit de recouper, ainsi que des informations discursives qu'il s'agit de contextualiser. Celles-ci sont construites par l'acteur enquêté en tant qu'expert et représentant d'une institution mais aussi en tant qu'individu qui apporte son témoignage personnel. Cette double casquette est prise en compte dans l'analyse. Concernant les récits de vie définis comme la description narrative d'une expérience vécue (Bertaux, 1997), je m'intéresse principalement aux trajectoires individuelles en m'attachant à la fois au parcours biographique, aux perceptions des expériences décrites, et au contexte dans lequel se meut l'entrepreneur. Ces entretiens entrecroisent la réalité historico-empirique, la réalité psychique et sémantique, et la réalité discursive de l'entrepreneur. Ils sont l'occasion de comparer les discours tenus par les acteurs institutionnels à propos des entrepreneurs à ce que ces derniers expriment.

Tous les entretiens formels ont été enregistrés avec l'accord des enquêtés. Ils ont été retranscrits manuellement. J'ai jugé cette retranscription utile car elle m'a permis d'entendre les propos de la personne rencontrée sous un nouveau jour en ayant l'ensemble de la discussion en tête et en ayant parfois approfondi mes réflexions sur certains enjeux soulevés durant l'entretien. Elle a ainsi fait apparaître des informations inaudibles dans un premier temps. En outre, le moment de la retranscription est aussi un moment d'analyse. L'écriture des propos de l'enquêté a été accompagnée de l'écriture simultanée des premières pistes de réflexion. Ces pistes ont été complétées par une analyse approfondie une fois la retranscription achevée.

Aux observations de terrain et aux entretiens s'ajoutent des analyses de documents qui favorisent la triangulation des informations acquises.

### *2.1.3 Les analyses de documents*

#### 2.1.3.1 Les différents types de documents

En complément et en comparaison des informations obtenues par le biais des observations et des entretiens, j'ai lu un certain nombre de documents au long de la thèse. Au début des recherches, ils servaient à formuler des hypothèses et à choisir des terrains d'étude. Puis leur analyse a permis d'enrichir les entretiens en comblant des lacunes en termes d'informations, en creusant de nouvelles pistes de réflexion, et en me tenant informée des actualités relatives à l'entrepreneuriat en France et dans les QPV. Les documents analysés sont l'œuvre des acteurs étudiés dans la thèse, de l'échelle nationale à l'échelle locale. Ils m'ont été donnés par les acteurs lors des entretiens et des observations ou bien je les ai repérés dans les différentes newsletters et dans les sites de veille internet sur lesquels je me suis inscrite dans cette optique. Ils sont de nature et de visée variées : des documents tels que des décrets ou des conventions politiques traitant des objectifs et de l'application de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, des documents tels que des rapports et des bilans d'activité présentant les actions et les résultats des acteurs institutionnels de terrain, des documents tels que des flyers ou des dossiers de presse promouvant des événements ou des dispositifs. J'ai ainsi mobilisé une littérature grise relative aux acteurs politiques nationaux qui décident les politiques publiques à travers les textes de

loi et les circulaires interministérielles sur l'entrepreneuriat et/ou sur la politique de la ville, aux organismes nationaux qui mettent en œuvre ces politiques tels que la BPI ou le CGET à travers leurs rapports, leurs études, et leurs documents de communication, aux acteurs praticiens de l'entrepreneuriat et/ou de la politique de la ville qui agissent à l'échelle nationale et/ou locale tels que les associations de sensibilisation à l'entrepreneuriat ou les structures d'accompagnement à travers leurs rapports annuels d'activité et leurs plaquettes de communication.

### 2.1.3.2 Les objectifs de l'analyse : pourquoi ?

L'analyse de document offre des informations chiffrées et factuelles sur les dispositifs et les actions mis en œuvre, les réseaux partenariaux, les financements, et les publics ciblés dans la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité, ainsi que des représentations sur la signification de l'entrepreneuriat et des QPV. Dans ce cadre, l'analyse des discours est nécessaire pour étudier leur performativité. Par discours, j'entends « toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière » (Benveniste, 1966, p.242). Par conséquent, un discours traduit des rapports de force entre acteurs et se révèle être un mode de gestion du pouvoir (Charaudeau, Maingueneau, 2002). Les acteurs politiques et administratifs utilisent le discours pour performer la réalité en modifiant les représentations idéelles afin de légitimer leurs actions. L'image véhiculée par un discours ne représente pas tant une réalité concrète qu'elle ne l'invente et la construit. Concernant l'objet de la thèse, les acteurs politiques cherchent à transformer la représentation commune des QPV en valorisant discursivement leurs talents entrepreneuriaux. C'est le cas du concours « Talents des Cités » présenté sur le site internet éponyme comme « une opération positive et concrète organisée par les plus hautes institutions de l'État et soutenue par les grandes entreprises françaises » [...] « dans un contexte où la situation et l'image des cités ne s'améliore pas de façon spectaculaire ». Ces discours politiques permettent de légitimer l'action publique qui soutient le renforcement de l'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV en insistant sur l'existence d'un vivier d'entrepreneurs dans ces territoires. L'un des enjeux de la thèse réside alors dans l'analyse des discours relatifs à l'entrepreneuriat en QPV en étudiant leur pluralité et leur caractère performatif. Il s'agit de voir comment les discours des entrepreneurs, des acteurs institutionnels locaux, et des acteurs institutionnels nationaux s'interprètent et s'adaptent les uns aux autres. Il s'agit aussi d'appréhender l'articulation entre les discours de communication

textuels produits par les acteurs enquêtés et les propos qu'ils tiennent oralement.

En parallèle des textes, je m'intéresse aux images publiées dans ces documents produits. Plus précisément, je compare les photographies des entrepreneurs exposées aux profils des entrepreneurs croisés lors des observations pour constater l'écart ou la similitude entre discours et réalité.

La méthodologie de recherche qualitative employée permet une triangulation des résultats issus d'observations, d'entretiens, et d'analyses de documents qui croisent les acteurs et les échelles pour analyser des mises en œuvre locales de l'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV. Cette approche par le terrain s'inscrit aussi dans un objectif de droit à la reconnaissance qui vise à donner l'accès à la parole à tous et à toutes, et ce d'autant plus quand il s'agit d'entrepreneurs minorés. Cette posture me conduit à consacrer une dernière section à ma position de chercheuse dans les deux terrains d'enquête.

## **2.2 Une sensibilité pour les entrepreneurs de banlieue**

### *2.2.1 Une posture affective vis-à-vis du terrain*

#### 2.2.1.1 Le premier choix : la banlieue précarisée

Le choix d'étudier les quartiers prioritaires n'est pas neutre. Je suis attachée à la Seine-Saint-Denis, département où j'ai grandi et habité la quasi-totalité de ma vie. Les représentations négatives véhiculées par les médias grand public et les formes d'inégalités qui se matérialisent quotidiennement dans ce territoire me désolent. C'est pourquoi j'ai voulu que mon activité professionnelle participe, autant que faire se peut, à l'amélioration des conditions de vie en banlieue précarisée que ce soit par des recherches universitaires concernant ces territoires ou par la prise éventuelle d'un poste de professeure d'histoire-géographie dans l'enseignement secondaire à l'académie de Créteil.

Dans cette optique, j'ai travaillé un an dans les services de la politique de la ville du CGET avant d'entamer un master de recherche en aménagement et en urbanisme. Cet emploi m'a

permis d'observer les rouages administratifs de cette politique à l'échelle nationale et d'approcher les enjeux du développement économique. Entre autres tâches, j'ai rédigé des fiches sur le fonctionnement d'hôtels d'entreprises situés en QPV après les avoir visités et m'être entretenue avec leurs gestionnaires. J'ai constaté que ces établissements économiques étaient souvent déconnectés de la vie urbaine locale, leurs interactions avec la population résidente étant limitées. Par exemple, les entrepreneurs hébergés n'habitent pas le quartier et leurs espaces de restauration et de repos se situent à l'intérieur de l'hôtel d'entreprises. Seuls les personnels de ménage et de sécurité vivent parfois dans le quartier. Malgré une proximité spatiale, la distance économique et sociale reste entière. Ce constat m'a amenée à rédiger un mémoire de recherche sur la manière dont les habitants des QPV sont pris en compte dans la politique de développement économique de la réforme de 2014. Contrairement aux discours généraux de la politique de la ville qui valorisent leur participation, ils sont rarement évoqués quand il s'agit d'économie si ce n'est sous la figure de l'entrepreneur. Ce résultat m'a invitée à creuser la question de l'entrepreneuriat en QPV.

#### 2.2.1.2 Le deuxième choix : questionner les politiques territoriales

Reposant d'abord sur mon attachement à la banlieue précarisée, le choix du sujet de thèse a été orienté par des problématiques rencontrées lors de ma formation universitaire et professionnelle. Mon ancrage disciplinaire initial en géographie puis en aménagement et urbanisme a renforcé mon intérêt pour la politique de la ville. Sensible à la manière dont les politiques publiques construisent les territoires et influencent la vie de leurs habitants, j'en suis venue à étudier le rôle de l'action publique dans la production des inégalités sociales et spatiales. Je considère ce choix de sujet comme une forme d'engagement du monde de la recherche envers la société à laquelle il appartient car la production de connaissances est performative en ce qu'elle se révèle utile à la compréhension et au changement du monde. J'envisage la thèse comme un moyen d'échanger avec les acteurs de l'entrepreneuriat en alimentant la réflexion sur les enjeux d'une politique générale de soutien à la création d'activité et sur la pertinence de sa territorialisation en QPV. Les demandes répétées d'accès aux résultats de la part des acteurs institutionnels et des entrepreneurs rencontrés tout au long de la thèse illustrent leur besoin d'avis extérieur dégagé des urgences quotidiennes auxquelles ils font face, ainsi que le manque de documentation relative à l'entrepreneuriat en QPV. L'un des objectifs de cette recherche est de nourrir l'action publique territoriale, bien que modestement. Je partage ainsi l'idée de rendre les travaux universitaires accessibles à une

diversité de publics pour engager le dialogue.

Mon affection pour les banlieues précarisées et plus particulièrement pour la Seine-Saint-Denis a questionné ma manière d'interagir avec les entrepreneurs de ces territoires.

## 2.2.2 *Une posture affective vis-à-vis des entrepreneurs*

### 2.2.2.1 Visibiliser les invisibles, un impensé devenu central

Pendant l'enquête, mon attachement territorial s'est concrétisé par un attachement aux entrepreneurs rencontrés que je n'avais pas anticipé. La facilité de la prise de contact, leur acceptation de m'accorder du temps, la propension à raconter leur histoire, et le suivi dans la durée ont créé une atmosphère propice à des échanges amicaux. La majorité de ces échanges s'est déroulée dans des cafés, parfois dans les locaux d'activité des entrepreneurs, plus rarement dans leur logement. J'ai aussi discuté par téléphone avec certains entrepreneurs de l'agglomération nantaise par manque de proximité spatiale et de concordance d'emploi du temps.

Lors de ces échanges, plusieurs entrepreneurs ont évoqué un sentiment de rejet dont ils se sentent l'objet de la part des acteurs nationaux qui portent la politique entrepreneuriale. Ils ne se retrouvent pas dans les discours publics qui valorisent les startupper et se sentent délaissés par les acteurs politiques en termes de soutien moral et financier. Certains déplorent les sommes investies dans les politiques digitales au détriment des activités traditionnelles. Au final, ils se sentent délégitimés en tant qu'entrepreneurs. Ce manque de légitimité se rattache à un enjeu de visibilité. En plus de se sentir occultées, certaines personnes rencontrées éprouvent des difficultés à maîtriser les canaux quotidiens de communication, comme les réseaux sociaux, pour exister publiquement. Une entrepreneuse souhaitant vendre des objets artisanaux marocains m'a en partie expliqué l'échec de son projet par son incapacité à utiliser les outils numériques pour se faire connaître d'une clientèle et de partenaires commerciaux : « j'étais invisible sur les réseaux sociaux » (octobre 2019). L'invisibilité se double d'une inaudibilité. Les personnes étrangères et/ou autodidactes, nombreuses à être accompagnées par les structures étudiées, ont parfois du mal à s'exprimer en français. Certaines maîtrisent la langue mais craignent malgré tout de se tromper dans l'emploi du vocabulaire et/ou

incriminent un accent trop marqué. Cette peur d'un manque de crédibilité est partagée par des entrepreneurs français qui possèdent un bagage scolaire mais qui ne maîtrisent pas le vocabulaire de l'entrepreneuriat caractérisé par un lexique anglophone important.

Ces regrets et/ou colères qui ont émergé des récits de vie m'ont fait prendre conscience de l'écart important entre le profil de l'entrepreneur communément présent dans les médias grand public alors qu'il ne concerne qu'une population limitée et le profil de la majorité d'entre eux, plus diversifié et invisible. Manquant d'éclat, les entrepreneurs ordinaires sont peu invités à témoigner de vive voix leurs parcours dans les salons nationaux. Ce constat a renforcé le choix d'interroger les discours publics et plus particulièrement l'expression d'« entrepreneuriat pour tous » promue par la BPI en s'appuyant sur des études de terrain. L'un des enjeux des sciences sociales réside dans la déconstruction de discours établis en les confrontant aux pratiques et aux représentations des groupes et des individus. J'ai opté pour une démarche compréhensive afin d'offrir une place aux entrepreneurs invisibles qui constituent pourtant le socle de la société. Il s'agit de redonner sa place à l'humain en montrant moins les « belles histoires » (De Sardan, 2001, p.76) de la minorité d'entrepreneurs à succès des QPV, comme c'est le cas lors des séminaires nationaux, que la vie ordinaire mais plurielle de la majorité. La légitimité de cette dernière est fondée sur son expérience vécue quotidiennement. Inspirée par le *Parlement des invisibles*<sup>66</sup> de Pierre Rosanvallon et par *La France des Belhoumi*<sup>67</sup> de Stéphane Beaud, je souhaite raconter l'histoire ordinaire d'entrepreneurs en QPV, bien que de façon incomplète. Dans ce cadre, la retranscription des entretiens s'est révélée utile pour donner à lire leurs voix malgré les limites que comporte la médiation de leurs paroles par un acteur universitaire.

#### 2.2.2.2 Etablir des relations d'échange en entretien

Comme de nombreux chercheurs, j'ai éprouvé un sentiment de malaise à utiliser les récits de vie. Certains entrepreneurs sont confrontés à des problèmes d'argent, de temps, ou encore d'épuisement moral du fait des exigences de la création d'entreprise. Ils ont parfois évoqué des situations d'infériorisation et de domination bien qu'elles n'étaient pas mentionnées comme telles. J'ai culpabilisé de les exploiter moi aussi, cette fois comme matériaux de recherche. En

---

66 L'ouvrage s'appuie sur un projet de création de plateforme numérique destinée à recueillir les témoignages d'individus inaudibles dans l'espace public.

67 Dans ce livre, « il s'agissait de raconter – et de leur faire raconter - « l'histoire ordinaire d'une famille algérienne ordinaire en France » » (Beaud, 2018, p.12).

outre, j'ai eu l'impression de les manipuler en aménageant une présentation de moi-même qui appelait leur complicité. J'ai joué sur ma jeunesse, mon attachement à la Seine-Saint-Denis, ou encore mes origines portugaises pour atténuer ma position d'universitaire blanche et renforcer nos ressemblances, même si ces éléments constituent une part réelle et revendiquée de mon identité plurielle.

A posteriori, cette culpabilité a disparu. Les entrepreneurs enquêtés ne sont pas de simples victimes. Eux aussi ont tiré parti des entretiens. La facilité avec laquelle certains m'ont raconté leur histoire personnelle montre leur envie de parler de leur projet entrepreneurial, que ce soit par passion, pour engager un travail de réflexion sur son évolution, pour le valoriser commercialement, ou pour se légitimer. Le fait que ces entrepreneurs soient accompagnés illustre d'ailleurs leur besoin d'être écoutés et d'avoir des retours. Certains m'ont demandé conseil par rapport à la pertinence de leur activité et à la manière dont ils *pitchent*<sup>68</sup>, d'autres m'ont utilisée comme relais pour diffuser des questionnaires visant à préciser leur marché ou pour des offres d'emploi, et certains habitants de Nantes Métropole ont éprouvé une forme de fierté à être entendus par une universitaire diplômée venant de la région parisienne. Le rapport des personnes enquêtées à l'acteur scientifique et à la jeune femme que je représentais a mis en valeur des catégories de perception et de classification relatives à leur position dans l'espace social que j'ai ainsi pu appréhender.

Finalement, je suis devenue l'un des multiples maillons de la politique de soutien à l'entrepreneuriat dans les terrains d'enquête. J'ai relayé des informations obtenues lors d'entretiens précédents ; j'ai mis en contact des entrepreneurs entre eux ou avec des structures institutionnelles. Par ma présence et ma médiation, j'ai donc légèrement modifié mes terrains. Ce constat démontre l'importance de la mise en réseau dans l'accompagnement à la création d'entreprise, et donc l'intérêt d'étudier plus précisément la construction et l'évolution des réseaux locaux des acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat. Sensible d'abord aux situations des entrepreneurs rencontrés, j'ai moins cherché à faire entendre la voix de ces acteurs institutionnels locaux bien qu'elle constitue une large part des chapitres suivants.

L'engagement présent dans ma posture de chercheuse m'a conduite à interroger l'objectivité de

---

68 Le pitch consiste à présenter de manière rapide et éloquente son activité à un auditoire pour le convaincre de sa pertinence.

l'enquête menée.

### 2.2.3 *Le règlement des enjeux d'objectivité*

#### 2.2.3.1 Se distancier des entrepreneurs

La prise de conscience de l'utilité que je représentais pour certains entrepreneurs m'a amenée à considérer ce qui compte pour eux en étudiant ce qui est dit, la manière dont cela est dit, mais aussi ce qui n'est pas dit. Les nombreux paradoxes qui émergent des entretiens montrent à quel point l'entrepreneuriat est un processus complexe qui nécessite l'engagement physique et psychique de l'individu qui œuvre à trouver une stabilité. Une grande majorité des entrepreneurs a ainsi évoqué simultanément son plaisir à travailler de manière indépendante dans une activité choisie mais la pénibilité de la porter seul, ou encore des traits de caractère et des comportements qui légitiment son statut d'entrepreneur mais qui sont couplés à un manque de confiance et de posture entrepreneuriale. Ces contradictions multiples révèlent les imbrications et les écarts entre paroles et actes, représentations et pratiques, implicite et explicite. Elles enrichissent les résultats de la thèse en mettant en lumière des tensions dont l'analyse reste parfois ardue.

Par ailleurs, j'ai essayé d'être utile aux enquêtés et de répondre à leurs questions seulement à la fin des entretiens ou lors de moments dédiés à la restitution des résultats de la thèse. Durant les discussions, j'ai voulu garder l'attitude la plus neutre possible pour ne pas influencer leur déroulé. J'ai ainsi joué sur la temporalité pour définir ma relation avec les enquêtés, entre une position de chercheuse en quête d'éléments d'analyse et une position d'être humain vivant des échanges cordiaux. Les questions que les entrepreneurs ont le plus fréquemment posées concernaient la pertinence de leur activité et la contextualisation des enjeux de l'entrepreneuriat pour s'y situer.

#### 2.2.3.2 La réflexivité sur une posture affective

Si j'ai parfois ressenti de l'affection pour les personnes enquêtées en les rencontrant, j'en avais pour l'objet de recherche avant même le début de la thèse. J'ai donc appris à composer avec mes émotions. Partant du postulat qu'aucune activité scientifique n'est neutre, je ne considère pas que cette affection nuise nécessairement à la production de résultats pertinents. Le choix

d'un objet d'étude, son approche conceptuelle et méthodologique, ou encore la présentation des résultats sont autant d'éléments qui dépendent du chercheur comme scientifique mais aussi comme individu et comme citoyen car ils correspondent en partie à des choix moraux ou politiques implicites. Ainsi, la neutralité axiologique est moins une réalité qu'un horizon régulateur qui oriente les méthodes de recherche face à « l'indépassable impureté de nos pratiques » comme l'énonce le chercheur militant Philippe Corcuff dans l'ouvrage collectif *A quoi sert la sociologie ?* (Lahire, 2004, p.192). Rejoignant la théorie féministe selon laquelle toute recherche est située, je revendique moins la neutralité que la réflexivité comme source de scientificité. Celle-ci se compose d'une autoanalyse individuelle et d'une confrontation scientifique collective. Elle permet d'avoir conscience des biais existants dans la recherche. La reconnaissance d'une absence de neutralité parfaite combinée à une réflexivité sur sa posture permettent ainsi d'objectiver les matériaux collectés et les résultats proposés.

L'objectivisation prend aussi forme à travers l'emploi d'outils méthodologiques tels que les grilles d'entretien et leurs grilles d'analyse. Ils permettent de transformer les propos intimes d'un individu en des éléments à partir desquels construire une analyse contextualisée. Le recoupement et la triangulation des matériaux obtenus par différentes méthodes sont également des démarches qui permettent d'objectiver les situations en se détachant des paroles individualisées.

## **Conclusion**

Ce deuxième chapitre a présenté les terrains et la méthode d'enquête.

La structure la Miel à Plaine Commune et le dispositif Osez Entreprendre à Nantes Métropole mettent en œuvre depuis longtemps une politique intercommunale de soutien à la création et au développement d'activité auprès d'entrepreneurs vivant en QPV. Ces deux études de cas locales permettent d'appréhender des processus généraux et des spécificités contextuelles de l'accompagnement à l'entrepreneuriat en politique de la ville. Pour y parvenir, j'ai employé une méthodologie qualitative fondée sur le triptyque d'observations, d'entretiens, et d'analyses de documents qui articule les acteurs et les échelles pour apprécier la pluralité et l'intrication des conceptions et des pratiques entrepreneuriales en QPV. La méthodologie repose sur une posture personnelle et engagée tout en proposant une démarche scientifique et réflexive.

## CONCLUSION DE PARTIE

La première partie a explicité le cadre théorique et méthodologique des résultats obtenus qui sont détaillés dans les deux parties suivantes.

En interrogeant les objectifs et les discours des acteurs politiques nationaux qui présentent l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV comme une politique d'égalité pour des territoires et des habitants jugés fragiles, la thèse propose d'analyser la production d'une politique d'« entrepreneuriat pour tous ». Pour ce faire, elle étudie l'accès aux ressources entrepreneuriales proposées par les acteurs institutionnels locaux et leurs effets en termes d'*empowerment* sur les personnes qu'ils accompagnent. Dans ce cadre, elle mobilise des travaux sur le rôle de l'action publique dans la fabrique des inégalités sociales et spatiales ainsi que des travaux mettant en valeur la diversité des profils, des modes d'accompagnement, et des valeurs de l'entrepreneuriat pour appréhender les matériaux issus des terrains d'enquête. Ces derniers permettent d'exposer des adaptations locales d'une politique nationale en confrontant les expériences des acteurs locaux aux discours publics des acteurs politiques.

La partie suivante analyse la mise en œuvre du soutien entrepreneurial à la Miel et à Osez Entreprendre en étudiant les publics, les formes d'accompagnement, et les politiques locales de ces structures pour questionner la réalité d'un droit pour tous à entreprendre.

**PARTIE II : UN  
ACCOMPAGNEMENT POUR  
TOUS EN DEMI-TEINTE**



La deuxième partie de la thèse analyse la mise en œuvre du soutien à l'entrepreneuriat dans les structures d'accompagnement sélectionnées en interrogeant les modalités d'un droit pour tous à la création et au développement d'activité. Pour ce faire, elle interroge l'accès des individus établis en QPV aux ressources entrepreneuriales que les structures proposent en tenant compte de leurs capacités à se les approprier. L'étude d'une politique entrepreneuriale territorialisée dans ces quartiers précarisés conduit à questionner l'existence de spécificités d'un tel accompagnement censé favoriser l'égalité des chances.

La deuxième partie mobilise deux types de travaux universitaires pour examiner la mise en œuvre du soutien à l'entrepreneuriat dans un contexte territorial socio-économique particulier. Elle s'appuie sur des travaux en entrepreneuriat qui s'intéressent à la manière dont l'activité et l'accompagnement entrepreneuriaux varient en fonction des caractéristiques des entrepreneurs. Cette littérature permet de caractériser les publics d'entrepreneurs, leurs pratiques, et leurs modes d'accompagnement dans les terrains d'étude. La deuxième partie s'appuie aussi sur des travaux en recherche urbaine qui interrogent la fabrique et les effets de la politique de la ville dans la production des inégalités. Cette littérature alimente la réflexion sur les objectifs et les modalités de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV.

L'enquête de terrain cible les actions des structures d'accompagnement en les replaçant dans leur contexte territorial. L'analyse des relations interpersonnelles entre un conseiller et un entrepreneur tout autant que celle des politiques intercommunales montrent en quoi les acteurs locaux traduisent et négocient les discours nationaux dans leurs pratiques. Cette méthodologie qualitative met en valeur des adaptations variables en fonction des stratégies établies par les élus des collectivités, par les praticiens de l'accompagnement, et par les entrepreneurs suivis.

La deuxième partie est composée de trois chapitres qui appréhendent sous un angle différent l'accès pour tous aux ressources entrepreneuriales. Le chapitre 3 établit qui sont les publics suivis par les structures étudiées. Le chapitre 4 examine les formes d'accompagnement et les ressources que ces dernières proposent pour renforcer les capacités d'action des personnes qu'elles suivent. Le chapitre 5 appréhende l'influence du contexte politique local sur l'accès des habitants des QPV à ces ressources.



# **CHAPITRE 3 : UN ENTREPRENEURIAT HÉTÉROGÈNE MARQUÉ PAR DES RAPPORTS SOCIAUX INÉGALITAIRES**

Le chapitre 3 décrit les publics et les activités suivis par la Miel et par Osez Entreprendre pour questionner l'accès à tous aux structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat.

Il s'agit d'interroger l'existence des figures de l'entrepreneur self-made-man et de l'entrepreneur contraint dans les quartiers prioritaires en détaillant les profils accompagnés par les structures étudiées. Il s'agit aussi d'interroger la pertinence à parler d'un entrepreneuriat qui soit spécifique à ces quartiers en comparant les profils rencontrés à ceux établis par la littérature grise et scientifique.

Pour appréhender les trajectoires entrepreneuriales enquêtées, j'opte pour une analyse intersectionnelle des matériaux récoltés. Celle-ci permet d'explorer leur pluralité en exposant les rapports sociaux qui les structurent.

Une première section précise les caractéristiques sociales et les types d'activité suivis par la Miel et par Osez Entreprendre en les confrontant à celles de habitants et des activités de leurs contextes territoriaux. La deuxième section montre en quoi ces profils entrepreneuriaux sont inscrits dans des structures inégalitaires qui influencent les conditions d'accès aux ressources favorisant la création d'activité.

# 1 Une diversité entrepreneuriale caractérisée par la modestie

## 1.1 Le portrait impossible d'un entrepreneuriat des QPV

### 1.1.1 *La diversité des entrepreneurs (sexe, origine géographique, diplôme, âge)*

L'enquête de terrain permet de décrire les personnes accompagnées par les structures étudiées. Plusieurs éléments qui ressortent de l'analyse abondent l'idée d'une diversité des profils entrepreneuriaux dans les QPV. D'abord, les hommes et les femmes sont également présents à la Miel et à Osez Entreprendre. Les structures d'accompagnement respectent la parité. Un processus de féminisation est même à l'œuvre depuis plusieurs années, conduisant à une surreprésentation des femmes par rapport aux hommes en 2019<sup>69</sup>. Ce constat détone dans un contexte où les entrepreneuses des QPV sont sous-représentées en tant que catégorie professionnelle. D'après les données entreprises de 2014 utilisées dans des enquêtes de la BPI, les entrepreneuses représentent 3 % de la population féminine active à l'échelle des QPV alors qu'elles en représentent 7,3 % à l'échelle nationale. En outre, 30 % des créateurs d'entreprise en QPV sont des femmes quand 70 % sont des hommes. Le besoin plus pressant d'accompagnement vécu par les femmes et l'incitation des acteurs politiques nationaux à accompagner ce profil en particulier sont deux hypothèses qui expliquent le décalage entre le taux d'entrepreneuses en général et le taux d'entrepreneuses dans les structures d'accompagnement. Je reviendrai plus en détails sur ce point dans une section dédiée.

Ensuite, il existe une forte présence d'entrepreneurs d'origine étrangère accompagnés par les structures étudiées. Du fait de l'interdiction de quantifier les individus selon des critères ethniques, il n'existe pas de statistiques globales relatives à ce sujet dans leurs bilans d'activité. Les conseillers sont également muets sur cette question qu'ils n'évoquent jamais spontanément en entretien. Pour autant, la part importante d'immigrés de première et de

---

<sup>69</sup> Les bilans d'activité des structures d'accompagnement des années 2017, 2018, et 2019 ainsi que les observations menées lors des journées de formation illustrent ce constat.

deuxième générations ressort des observations et des entretiens durant lesquels les individus évoquent d'eux-mêmes leurs origines géographiques et/ou culturelles. 21 des 27 personnes enquêtées ont cité spontanément leurs origines afin de raconter leur parcours, à la fois entrepreneurial et personnel. Sur ces 27 personnes enquêtées, 11 sont de nationalité étrangère. Elles sont arrivées en France entre 1982 et 2014. Concernant les 16 restantes, 13 sont françaises dont 7 avec des parents étrangers, 3 ont quitté les Antilles pour venir s'installer en métropole, et 3 ont des origines françaises métropolitaines. Trois entrepreneurs seulement n'ont évoqué ni leur nationalité ni leurs origines.

Sur les 21 origines géographiques citées, 17 sont localisées en Afrique. Les pays du Maghreb et les pays d'Afrique subsaharienne, plus précisément d'Afrique occidentale, prédominent<sup>70</sup>.

Les graphiques ci-dessous donnent à voir cette diversité des origines.

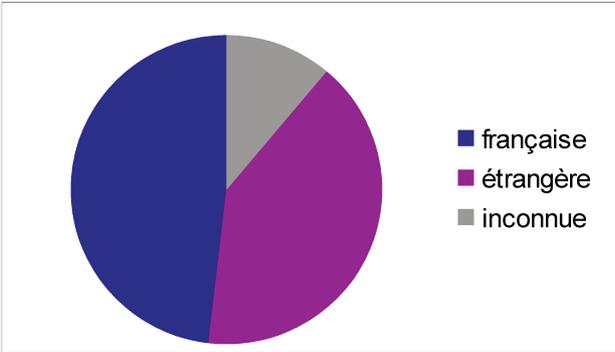


Illustration 12: La nationalité des entrepreneurs enquêtés

Réalisation : Loréna Clément, 2022.

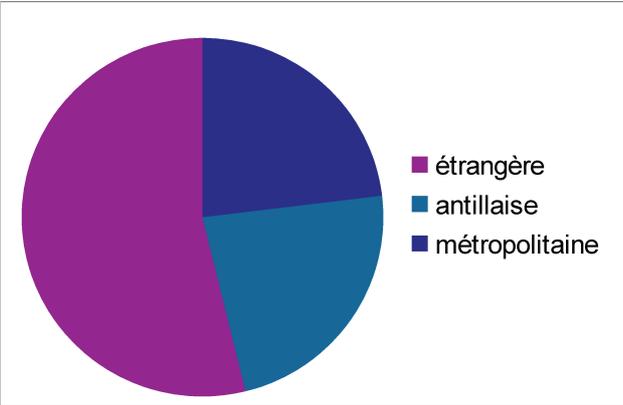


Illustration 13: L'origine des entrepreneurs enquêtés

70 Sur les 5 entrepreneurs d'origine extra-africaine citant des origines géographiques extra-africaines, l'un d'eux parle du Portugal et les 3 autres de la Guadeloupe.

Réalisation : Loréna Clément, 2022.

'Algérie. Sur les 11 entrepreneurs étrangers citant des origines géographiques extra-africaines, un à chaque fois pour le Mali, le Congo, le Bénin, et le Sénégal.

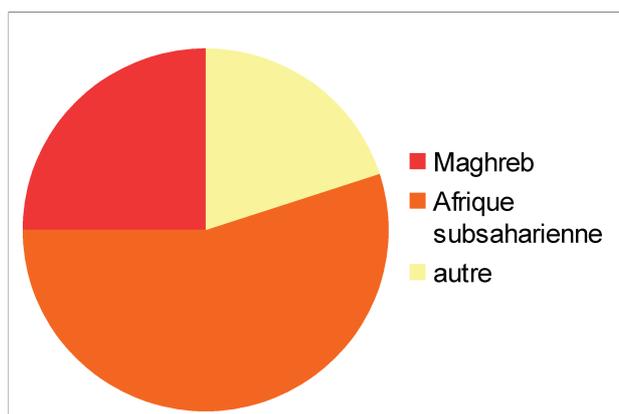


Illustration 14: Les régions d'origine citées

Réalisation : Loréna Clément, 2022..

La forte présence de personnes d'origine étrangère dans les structures d'accompagnement étudiées est révélatrice du contexte territorial. Alors que les étrangers concernent 7 % de la population à l'échelle nationale, ils en concernent près du double en QPV (CGET, ONPV, 2017). Il atteint même 30,8 % à Plaine Commune<sup>71</sup> et 18 % à 36 % dans les quartiers prioritaires de l'agglomération nantaise selon les recensements de la population établis par l'Insee en 2015<sup>72</sup>.

A la diversité des origines étrangères s'ajoute la diversité des formations. Les structures d'accompagnement des deux terrains d'étude suivent aussi bien des entrepreneurs sortis du système scolaire à 16 ans que des entrepreneurs détenant plusieurs diplômes de master. D'après le rapport d'activité de l'année 2018, les conseillers de la Miel ont accompagné 41 % d'entrepreneurs de niveau infra-baccalauréat ou baccalauréat et 59 % d'entrepreneurs de niveau supérieur au baccalauréat. Dans le dispositif Osez Entreprendre, la proportion des personnes accompagnées de niveau infra-baccalauréat et baccalauréat est plus forte : elle atteint 52 % en 2019. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 8 sont titulaires d'un diplôme de niveau inférieur au baccalauréat ou d'aucun diplôme, 5 sont titulaires d'un brevet de technicien supérieur (BTS), et 8 sont titulaires d'un diplôme de master. Une différence importante existe entre le public d'entrepreneurs accompagnés par la Miel et celui d'Osez Entreprendre. Sur les

<sup>71</sup> Comme précisé dans le chapitre précédent, j'étudie l'intercommunalité de Plaine Commune dans son ensemble car la Miel agit sur la totalité de ce territoire et pas seulement dans ses QPV qui en constituent toutefois 68 % de la superficie.

<sup>72</sup> Aux échelles des collectivités territoriales étudiées, le taux d'étrangers s'élève à 12,4 % en Île-de-France, à 3,7 % en Pays de la Loire, et à 6 % à Nantes.

12 entrepreneurs enquêtés d'Osez Entreprendre, 5 ont un niveau infra-baccalauréat, 4 ont un BTS, et 2 ont un master. Sur les 15 entrepreneurs enquêtés de la Miel, 3 ont un niveau infra-baccalauréat, 1 a un BTS, et 8 ont un master. Les graphiques ci-dessous mettent en valeur ces écarts.

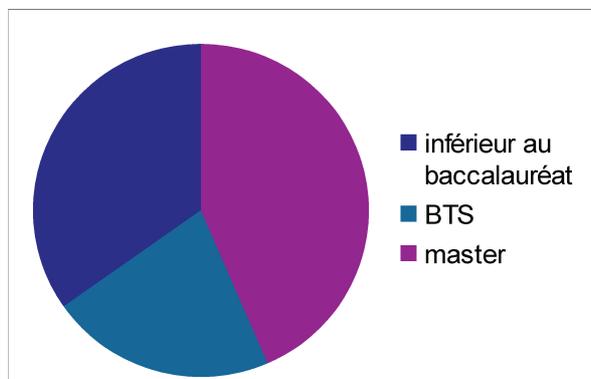


Illustration 15: Les niveaux de diplôme des entrepreneurs enquêtés

Réalisation : Loréna Clément, 2022.

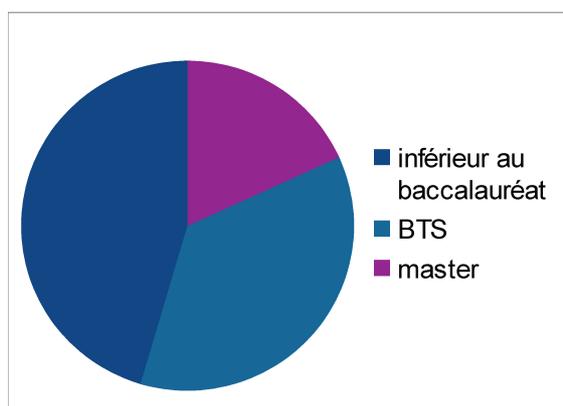


Illustration 16: Les niveaux de diplôme des entrepreneurs enquêtés d'Osez Entreprendre

Réalisation : Loréna Clément, 2022.

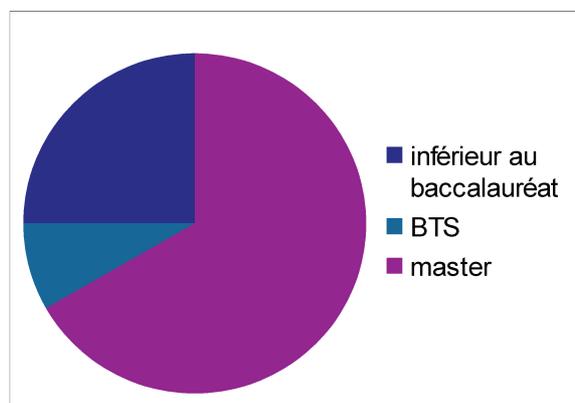


Illustration 17: Les niveaux de diplôme des entrepreneurs enquêtés de la Miel

Réalisation : Loréna Clément, 2022.

Ce chapitre étant dédié à la description des profils entrepreneuriaux pour questionner la réalité d'un entrepreneuriat pour tous, j'approfondirai dans les chapitres suivants les facteurs politiques et géographiques qui expliquent cette différence. Je les évoque néanmoins une première fois : la restriction spatiale d'intervention d'Osez Entreprendre aux périmètres des QPV, l'ancrage local de ses actions par rapport à la Miel, son absence de ciblage de projets économiques jugés innovants ou à potentiel de développement, ou encore la proximité du centre-ville nantais qui attire les porteurs de projet les plus diplômés au détriment des structures localisées en QPV. Tandis que la Miel présente une diversité plus nette de profils accompagnés en termes de diplômes car elle couple un objectif d'insertion sociale à un objectif de développement économique local, Osez Entreprendre se concentre sur des individus appartenant davantage aux classes populaires. Ceux-ci sont caractérisés par un capital social, un capital culturel, et un capital économique moindres en ce qu'ils possèdent de faibles ressources financières et un faible niveau de diplôme<sup>73</sup>.

Alors que le sexe, l'origine géographique, et le niveau de diplôme illustrent la variété des profils entrepreneuriaux accompagnés dans les structures d'étude, l'âge apparaît comme une donnée relativement homogène. Dans les rapports d'activité de l'année 2018, la moyenne d'âge des personnes suivies par la Miel et par Osez Entreprendre tourne autour de 40 ans. Le public jeune de moins de 26 ans et le public âgé de plus de 50 ans sont relativement absents. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, seulement 2 ont plus de 50 ans et 1 a moins de 26 ans. Pour autant, la moyenne autour de 40 ans masque une diversité générationnelle contenue dans l'amplitude d'âge entre 26 et 50 ans. Si les rapports d'activité des structures étudiées énoncent que plus des deux tiers des personnes accompagnées ont entre 26 et 50 ans, ils restent silencieux quant à leur répartition interne. Or, avoir trente ans ou quarante-cinq ans a des incidences sur le parcours entrepreneurial. J'y reviendrai par la suite.

Le tableau ci-dessous récapitule les informations recueillies. Malgré une diversité des profils, la présence de femmes, de personnes d'origine étrangère, de quarantennaires, et de titulaires de diplômes inférieurs à la licence ressort.

---

73 Cette définition sommaire reprend en partie celle établie par Olivier Schwartz qui définit les classes populaires d'après leur position subordonnée dans le monde du travail et dans l'accès aux ressources ainsi que d'après leur séparation culturelle avec les autres classes sociales (Schwartz, 2011).

	La Miel	Osez Entreprendre	Échantillon des 27 entrepreneurs enquêtés
	53% de femmes		67% de femmes
	moyenne de 40 ans		moyenne de 38 ans
	pas d'informations disponibles		41% d'étrangers
	30% d'infrabaccalauréats	50% d'infrabaccalauréats	40% d'infrabaccalauréats

Illustration 18: Profil général des entrepreneurs de la Miel et d'Osez Entreprendre

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Après avoir décrit les caractéristiques générales des individus suivis qui révèlent une ouverture des structures à la diversité des publics, il convient de dépeindre les domaines d'activité dans lesquels ils travaillent.

### 1.1.2 Des activités dans des domaines variés

#### 1.1.2.1 Des secteurs d'activité dits traditionnels

Les types d'activité apparaissent tout aussi variés que les profils entrepreneuriaux. Une tendance ressort toutefois : les activités relatives aux secteurs dits traditionnels sont majoritaires dans les deux terrains d'étude. Les services à la personne, la vente de détail, la restauration-traiteur, ou encore le bâtiment et les travaux publics (BTP) sont les domaines les plus représentés bien que leur ordre d'importance varie d'une structure à l'autre. Selon les rapports d'activité présentés lors des comités de pilotage bi-annuels, le dispositif Osez Entreprendre accompagne des projets situés à 44 % dans les services à la personne, à 38 % dans la vente, à 11,5 % dans le BTP, et à 5,8 % dans la restauration. A la Miel, c'est la vente qui prédomine avec 25 % des projets accompagnés, suivie par les services à la personne avec 22 %, par la restauration avec 15 %, par les VTC avec 6 %, et enfin par le BTP avec 4 %. Ce panel d'activités économiques constitué autour des pôles des services à la personne, de la vente de détail, et de la restauration se retrouve à l'échelle des 27 entrepreneurs accompagnés

enquêtés. Si les domaines des services aux entreprises, de la mode, et de l'artisanat sont rarement évoqués par les conseillers d'Osez Entreprendre, ils concernent toutefois une part non négligeable des projets accompagnés par la Miel avec respectivement 19 % et 10 % du total. Ces constats généraux s'inscrivent dans la lignée de l'analyse de l'ONPV qui détaille chaque année les activités économiques les plus représentées en QPV. La revente-commerce de détail est le type majoritaire en concernant près de 20 % des entreprises existant en 2017. Le BTP représente quant à lui 13,5 %, l'hébergement-restauration 7,4 %, et le transport-entrepasage 6,3 % (ANCT, ONPV, 2020). Le graphique ci-dessous met en lumière ces secteurs traditionnels qui structurent l'activité entrepreneuriale en QPV tout en révélant les écarts entre les terrains<sup>74</sup>.

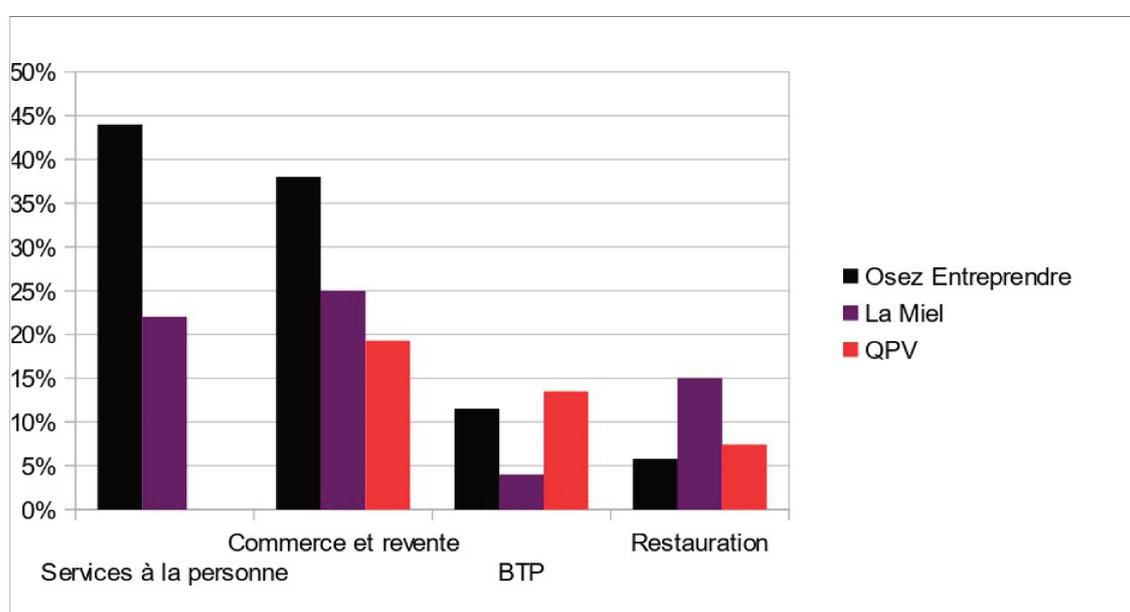


Illustration 19: L'importance des secteurs dits traditionnels dans les structures d'étude

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

### 1.1.2.2 Une hétérogénéité interne

Bien que les secteurs d'activité traditionnels dominent, les projets menés à l'intérieur de ces catégories sont divers. C'est ce qu'illustre le tableau ci-dessous qui énumère les activités des entrepreneurs rencontrés.

<sup>74</sup> L'ONPV ne donne pas de nombre concernant les services à la personne car ceux-ci sont déclinés en plusieurs types d'activité. Ce constat explique l'absence de cette donnée dans le graphique.

Projet économique	Secteur d'activité	Structure d'accompagnement
Institut de beauté	Services à la personne	BGE
Traiteur de plats africains	Restauration	BGE
Construction (projet sur conteneur) et réparation	BTP	BGE
Chauffeur Vente d'articles divers	VTC Revente de détails	BGE
Création de musique rap	Art – artisanat	BGE
Création et vente de vêtements en wax <sup>75</sup>	Art – artisanat	BGE
Ateliers de soutien scolaire Montessori	Services à la personne	BGE puis Ouvre-boîte 44
Conseil en image et bien-être	Services à la personne	Ouvre-boîte 44
Traiteur de repas maghrébins sains	Restauration	Ouvre-boîte 44 puis BGE
Vente d'objets marocains artisanaux	Revente de détails	Ouvre-boîte 44
Organisation de mariages mixtes multiethniques	Services à la personne	Ouvre-boîte 44
Traiteur de plats africains	Restauration	Ouvre-boîte 44
Plateforme e-commerce d'artisans ethniques	Services aux entreprises	La Miel
Construction et réparation	BTP	La Miel
Prestations de conseils aux entrepreneurs	Services aux entreprises	La Miel
Boutique multiservices (envoi, réception, réservation) entre la France et l'Afrique	Services à la personne et aux entreprises	La Miel
Construction et réparation	BTP	La Miel
Conception d'éclairage urbain	Art – artisanat	La Miel
Vente de produits cosmétiques pour personnes de couleur en grande surface	Revente en gros	La Miel
Traiteur de plats africains gourmets	Restauration	La Miel
Production de produits capillaires pour personnes de couleur	Art – artisanat	La Miel
Conception de storytelling <sup>76</sup> pour les entreprises	Services aux entreprises	La Miel
Location d'espace de coworking	Services aux entreprises	La Miel
Prestation de chorale d'entreprise	Services aux entreprises	La Miel
Agence de voyages mystères en ligne	Services à la personne	La Miel
Massage à domicile	Services à la personne	La Miel
Production et vente de rhums arrangés	Art – artisanat	La Miel

Tableau 3: Les activités entrepreneuriales des personnes accompagnées enquêtées

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

75 Textile de coton communément considéré comme un tissu africain.

76 Création d'histoires et d'images d'une marque à des fins de communication et de stratégie commerciale.

Par ailleurs, les conseillers à la création et au développement d'activité enquêtés notent une évolution des projets des entrepreneurs qu'ils accompagnent bien que certains secteurs d'activité perdurent comme le BTP. Les entreprises de taxiphonie et de restauration rapide de type kebab ont disparu au profit des VTC et des instituts de beauté. De plus, une nouvelle vague se forme autour des plateformes e-commerce et de la restauration-traiteur. Il existe aussi un nombre important de projets dédiés aux cosmétiques parmi les entrepreneurs enquêtés. Deux sous-tendances ressortent de la production et de la vente de lotions pour cheveux et/ou corps : les produits à destination des personnes de couleur et les produits biologiques respectueux de l'environnement. Un incubateur dédié aux projets cosmétiques intitulé La Fabrique 621 a d'ailleurs ouvert ses portes en janvier 2019 à Pantin en Seine-Saint-Denis. Il accompagne les porteurs de projet voulant développer des gammes de produits naturels et biologiques. L'initiatrice de l'incubateur est elle-même une porteuse de projet qui crée des produits cosmétiques zéro déchet à partir d'ingrédients venus d'Afrique de l'ouest. Elle a été accompagnée par le programme Cartel<sup>77</sup> auquel participe la Miel. Les projets de création textile en wax et les projets de conseils auprès d'autres entrepreneurs ressortent également de l'enquête.

Il est intéressant de mettre en regard les types de profil et d'activité accompagnés par la Miel et par Osez Entreprendre aux données issues d'autres études relatives à l'accompagnement entrepreneurial en QPV pour voir si l'accueil d'un public varié est propre aux terrains d'enquête.

### *1.1.3 Une littérature grise éparpillée*

#### *1.1.3.1 L'absence de données systématiques sur l'entrepreneuriat en QPV*

Malgré l'actualité du thème, les études relatives à l'entrepreneuriat en QPV se comptent sur les doigts des mains. Il reste néanmoins approprié de traiter les informations issues de cette littérature grise restreinte, parfois partielle, pour analyser la manière dont elle décrit les entrepreneurs vivant en QPV par comparaison aux résultats de l'enquête de terrain. De fait, il s'agit moins d'une analyse quantitative que d'une réflexion alimentée par une mise en

---

<sup>77</sup> Ce programme est coordonné par un ensemble d'acteurs de l'entrepreneuriat de l'intercommunalité de Plaine Commune. Il accompagne des porteurs de projet à potentiel de développement économique et leur propose un hébergement dans l'espace de coworking Plaine Coworking situé à Aubervilliers.

perspective établie sur des données limitées. La première étude institutionnelle consacrée aux entreprises en ZUS à l'échelle nationale a été publiée en 2010 par l'Agence pour la diversité entrepreneuriale<sup>78</sup> (Opinion Way, Adiver, 2010). Près de 400 entreprises créées entre 2005 et 2010 et localisées en ZUS ont été questionnées par téléphone. Face à l'absence de nouvelles informations collectées depuis, la BPI et le CGET ont récemment lancé des études en partenariat avec d'autres organismes pour accroître leurs connaissances sur le sujet. Par exemple, le CGET a publié en 2016 un rapport intitulé *Politique de la ville et ESS* élaboré avec le Réseau des collectivités territoriales pour une économie solidaire (CGET, RTES, 2016)<sup>79</sup>. Des initiatives entrepreneuriales qui favorisent le développement économique et social des QPV y sont détaillées. Le rapport a été actualisé en 2019. De son côté, la BPI a commandé une enquête relative à l'entrepreneuriat en QPV auprès de son équipe de recherche nommée Bpifrance le Lab épaulée par Terra Nova<sup>80</sup> et J.P Morgan<sup>81</sup>. Un rapport de 76 pages publié en juin 2020 et intitulé *Entreprendre dans les quartiers : libérer tous les potentiels* approfondit une étude précédente datant de 2016 qui a été produite par les mêmes acteurs (BPI France et al., 2020 ; Terra Nova, BPI France, 2016). Contrairement à cette dernière, le rapport cible la phase de création d'entreprise en QPV. Il s'appuie sur les données Sine Insee<sup>82</sup> en géolocalisant les entreprises situées en QPV, sur un sondage auprès de 700 dirigeants d'entreprise ayant entre 4 et 5 ans d'existence dont 50 % se situent en QPV, ainsi que sur une trentaine d'entretiens menés avec des acteurs de l'entrepreneuriat. A terme, la BPI envisage la création d'un observatoire dédié à la création d'entreprises dans les QPV.

En parallèle de ces études d'ordre national, quelques travaux portent sur des territoires et/ou des dispositifs particuliers. Par exemple, Accenture<sup>83</sup> et PlaNet Finance<sup>84</sup> publient en 2014 une étude d'impact du programme « Entreprendre en banlieue » fondée sur la méthode dite du

---

78 L'agence pour la diversité entrepreneuriale (Adiver) est une association qui a pour but de mettre en relation les entrepreneurs issus des QPV avec les services achats des grandes entreprises.

79 Pour plus de détails sur ce réseau, se référer au glossaire en annexe 4.

80 Terra Nova est une association qui se définit comme un laboratoire d'idées proposant des réflexions politiques pour guider l'action publique.

81 JP Morgan est une banque états-unienne. En 2018, sa fondation a décidé d'investir près de trente millions d'euros dans le soutien aux entrepreneurs de Seine-Saint-Denis.

82 Lancé en 1994, le dispositif Système d'information sur les nouvelles entreprises (Sine) « permet d'analyser le profil du créateur et les conditions de démarrage des nouvelles entreprises, les conditions de développement, les problèmes rencontrés par les jeunes entreprises lors des cinq premières années de leur existence et les effets sur l'emploi des créations d'entreprises » d'après la présentation qui en est faite sur le site internet de l'Insee. Le dispositif d'enquête repose sur l'interrogation des entreprises créées ou reprises lors d'une année déterminée.

83 Accenture est une entreprise internationale de conseils ciblée sur les technologies.

84 PlaNet Finance est une fondation créée en 1998 par Jacques Attali qui aide les populations pauvres à développer leur activité de manière autonome.

retour social sur investissement<sup>85</sup> (Accenture, PlaNet Finance France, 2014). Elle s'appuie sur des calculs financiers et sur des entretiens avec les acteurs du programme. Le centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) a quant à lui publié en 2015 un cahier de recherche sur l'entrepreneuriat des femmes en QPV pour savoir s'il serait envisageable d'atteindre 40 % de femmes parmi les créateurs d'entreprise résidant dans ces territoires en 2017 (Van de Walle, Aldeghi, 2016). L'enquête est restreinte à la métropole Aix-Marseille-Provence alors en cours de constitution. Elle repose sur les données de l'enquête emploi de l'Insee<sup>86</sup> qui permet de comparer le profil des entrepreneuses des ZUS à la fois avec celui des entrepreneurs des ZUS et avec celui des entrepreneuses hors ZUS. L'analyse quantitative est couplée à une enquête qualitative réalisée auprès de 920 habitants de QPV. En 2017, l'Adie a aussi produit une étude qui décrit le profil de ses créateurs d'entreprise issus des QPV (Adie, 2017). Celle-ci s'appuie sur 329 questionnaires et sur 15 entretiens téléphoniques auprès de créateurs d'entreprise financés par l'association au cours des années 2015 et 2016 résidant en QPV au moment de l'instruction de leur prêt. Enfin, l'agence d'urbanisme de Bordeaux Métropole a publié une analyse de l'accompagnement à la création d'entreprises des habitants des QPV de cette intercommunalité en 2021 pour « amorcer une réflexion commune sur l'entrepreneuriat dans les QPV » (A'Urba, 2021, p.3). Elle dresse un état des lieux des 35 structures de soutien existantes, un parcours-type d'accompagnement en QPV, ainsi qu'un profil-type d'entrepreneur des QPV en s'appuyant sur une vingtaine d'entretiens avec les représentants de ces structures et avec des représentants des collectivités territoriales concernées.

### 1.1.3.2 Une pluralité de résultats

L'ensemble de ces travaux consacrés à l'entrepreneuriat en QPV est hétérogène à plus d'un titre. Leur objet d'étude varie que ce soit en termes de territoire, de structure d'accompagnement, ou de type d'entreprise étudié. Cette variété d'angle d'approche couplée à leur nombre limité empêche d'établir une analyse comparative solide. Par ailleurs, la partialité des auteurs qui cherchent parfois à légitimer leurs actions de soutien à l'entrepreneuriat conduit à prendre du recul sur les résultats présentés. Enfin, ces derniers reposent généralement sur des questionnaires qui ne permettent pas d'approfondir les réflexions

---

85 L'approche *Social Return on Investment* (SROI) mesure l'impact social créé par une organisation pour un montant d'investissement donné. Elle estime la valeur économique, sociale, et/ou environnementale créée pour les parties prenantes d'un projet en la comparant à la somme des ressources utilisées dans ce projet.

86 Plus précisément, elle repose sur les données de 2010, de 2011, et de 2012 qui correspondent à 28 193 personnes en emploi dans les ZUS, dont 1 254 entrepreneurs.

menées.

Pour autant, l'intérêt partagé de ces travaux autour de thèmes communs tels que les caractéristiques sociales des entrepreneurs vivant en QPV, leurs motivations, ou encore les facilités et les difficultés rencontrées durant leur parcours de création d'activité met en valeur certains éléments. Des caractéristiques sociales se retrouvent dans l'ensemble des études exposées précédemment et elles correspondent à celles croisées dans les terrains d'étude de la thèse. La nationalité étrangère ou la naturalisation, les qualifications scolaires inférieures au baccalauréat, ou encore la moyenne d'âge autour de 40 ans sont les informations citées le plus souvent (Van de Walle, Aldeghi, 2015 ; Adie, 2017). Les secteurs d'activité répertoriés dans cette littérature grise correspondent aussi à ceux appréhendés durant l'enquête. Le commerce de détail, le transport et l'entreposage, les services aux entreprises, et le BTP sont majoritairement cités dans les différentes études (A'Urba, 2021 ; BPI France et al., 2020 ; Adie, 2017).

Pour autant, des divergences sont notables. Par exemple, certains travaux insistent sur la jeunesse des entrepreneurs des QPV dont 20 % auraient moins de trente ans (A'Urba, 2021) ainsi que sur l'importance de leurs diplômes universitaires (BPI France et al., 2020 ; Terra Nova, BPI France, 2016). La nature du commanditaire de l'étude permet en partie d'expliquer ces écarts. Par exemple, BPI France se consacre principalement aux entreprises à potentiel de développement et/ou considérées innovantes qui sont généralement dirigées par des entrepreneurs diplômés<sup>87</sup>. Les résultats présentés dans ces études institutionnelles ne permettent donc pas de trancher entre la figure du startupper de QPV et la figure de l'entrepreneur contraint. Au contraire, ils exposent un panel de situations variant entre ces pôles qui contrevient à l'idée d'un profil emblématique des QPV. Autant qu'ailleurs, l'entrepreneuriat y est « une réalité plus diverse et complexe que certaines représentations ne le laisseraient entendre » (CGET, Algoé, 2017, p.48). Comme le rappelle le *Dictionnaire sociologie de l'entrepreneuriat*, l'entrepreneur ne renvoie ni à un groupe professionnel défini ni à un milieu social identifié (Chauvin et al., 2014).

---

<sup>87</sup> Par ailleurs, les entrepreneurs sont généralement plus diplômés que l'ensemble de la population. D'après les données de l'Insee de 2017 à l'échelle nationale, 47 % des entrepreneurs ont un niveau infra-baccalauréat contre 54 % de la population.

Il est néanmoins intéressant de se pencher plus en détails sur les études de l'Adie et de l'A'Urba car elles fondent leurs résultats sur un échantillon d'entrepreneurs accompagnés. La comparaison avec les résultats de terrain gagne en pertinence car l'accompagnement influence les profils et les activités entrepreneuriaux étudiés. Certains entrepreneurs ressentent davantage le besoin d'être suivis que d'autres qui créent et développent seuls leur entreprise. Par exemple, la moindre présence des entrepreneurs du BTP, du transport, ou de l'entreposage dans les rapports d'activité de la Miel par rapport à la situation générale en QPV laisse présager que ces derniers s'appuient sur leurs expériences professionnelles antérieures, leur savoir-faire, et/ou leur clientèle déjà constituée pour démarrer leur entreprise sans l'aide d'une structure d'accompagnement. Bien qu'elle soit peu diserte sur les types d'activité financés et suivis, l'étude de l'Adie dresse un portrait des entrepreneurs qu'elle accompagne en QPV. Ce public est plus précaire que son public général. Il est davantage constitué de femmes qui représentent 44 % du panel, de personnes non diplômées, et d'allocataires de minima sociaux. Cette description sommaire rejoint globalement la description des publics de la Miel et d'Osez Entreprendre détaillée précédemment. Concernant les personnes accompagnées qui vivent dans un QPV de Bordeaux Métropole, l'agence A'Urba évoque un profil-type d'entrepreneur qui serait une femme sans emploi créant une micro-entreprise dans un secteur d'activité traditionnel. Ce bilan rejoint une partie des résultats d'enquête de la thèse. L'agence d'urbanisme note aussi la relative jeunesse du public dont un tiers se situe entre 25 et 35 ans, constat différent à la Miel et à Osez Entreprendre. Cependant, un deuxième tiers a plus de 45 ans. Aucune information relative au niveau de diplôme n'est quant à elle donnée.

La mise en perspective des profils présentés dans la littérature grise et dans l'enquête de terrain souligne des caractéristiques communes fréquentes telles que l'origine étrangère, la faiblesse des diplômes, la moyenne d'âge autour de 40 ans, ou encore les activités dites traditionnelles. Un point d'attention particulier est accordé au public féminin. Les résultats remettent en cause l'idée d'une uniformité de l'entrepreneuriat en QPV en déclinant sa pluralité à l'intérieur de chaque catégorie. Dans ce cadre, les structures d'accompagnement étudiées semblent ouvertes à la variété, ce qui corrobore l'idée d'une politique de droit à l'entrepreneuriat pour tous. Il convient maintenant de voir si les profils entrepreneuriaux décrits précédemment sont spécifiques aux QPV en ouvrant la comparaison à l'échelle nationale.

## 1.2 La modestie de l'entrepreneuriat ordinaire

### 1.2.1 *La modestie de l'entrepreneuriat étudié*

#### 1.2.1.1 La prépondérance du statut de la micro-entreprise

Avant de comparer globalement les types d'activité et les caractéristiques sociales des entrepreneurs accompagnés par la Miel ou par Osez Entreprendre aux profils et aux entreprises en France, je reviens plus précisément sur le statut et sur la taille de leur activité pour appréhender de manière plus fine qui sont les personnes suivies dans le cadre d'une politique d'accès pour tous à l'entrepreneuriat en QPV. Parmi les 27 individus enquêtés, 23 sont ou comptent devenir des entrepreneurs en activité principale. La plus ancienne entreprise a été créée en 2005 mais la majorité des personnes enquêtées a créé son entreprise en 2017 ou en 2018. Au moment du premier entretien, 18 individus sont des entrepreneurs au sens juridique du terme et 9 individus sont des porteurs de projet.

Parmi les entrepreneurs ayant créé légalement leur activité et les porteurs de projet qui ont déjà choisi le statut de leur future entreprise, 11 ont opté pour le statut de la micro-entreprise et 9 pour celui de la société par actions simplifiées (SAS). Une minorité a opté pour l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), pour la société à responsabilité limitée (SARL), et pour l'association. Les conseillers rencontrés n'ont jamais accompagné un projet de société anonyme (SA) en QPV. La micro-entreprise prévaut, suivie de près par la SAS quand il s'agit d'entreprises avec un ou plusieurs associés. Ce constat effectué à partir des entretiens d'entrepreneurs rappelle la situation générale des structures d'étude. D'après le rapport d'activité de l'année 2018, un tiers des personnes accompagnées par la Miel travaille sous le statut de micro-entrepreneur. De leur côté, les acteurs d'Osez Entreprendre évoquent une moitié d'entrepreneurs suivis sous le régime de la micro-entreprise. Les régimes de la micro-entreprise et de la SAS possèdent des règles plus souples que les autres statuts. Ils simplifient les démarches des entrepreneurs qui redoutent souvent l'aspect administratif. L'absence de SA pour laquelle le capital ne peut être inférieur à 37 000 euros illustre l'absence d'entreprise de grande ampleur dans les structures étudiées.

Les entrepreneurs enquêtés ayant choisi la SAS sont tous à la tête de TPE. Seuls trois d'entre eux embauchent un ou plusieurs salariés de manière pérenne. Tous trois travaillent dans leur domaine d'activité depuis plus de 15 ans dont deux dans le BTP. En outre, deux traiteuses embauchent de manière épisodique lors de prestations d'envergure. Quant aux micro-entreprises, elles constituent des TPE par essence et leur réglementation limite l'embauche d'un salarié. De fait, la majorité des activités est menée par leur seul porteur de projet.

### 1.2.1.2 La prépondérance d'activités de petite ampleur

Visible dans le statut juridique, la modestie des entreprises accompagnées est également visible dans les modes de financement utilisés par les personnes enquêtées. Ceux-ci sont limités. Parmi les 27 entrepreneurs, 19 ont recours à leurs seuls fonds propres pour monter et développer leur activité. D'après le rapport interne relatif à l'année 2018, 69 % des projets accompagnés par la Miel reposent sur les fonds propres de l'initiateur. L'apport moyen de financement y est de 8 000 euros. Selon les acteurs d'Osez Entreprendre, il ne dépasse pas non plus 10 000 euros dans leurs structures respectives. La prédominance des fonds propres s'explique par un rejet massif du prêt de la part des personnes rencontrées. Celles-ci ont évoqué plusieurs raisons durant les entretiens, parfois combinées les unes aux autres. La crainte de ne pas être capable de rembourser le crédit est la raison la plus fréquemment citée, suivie par la méfiance envers les institutions bancaires jugées vénales, et par le sentiment défaitiste de voir sa demande de crédit rejetée. Trois entrepreneurs ont aussi évoqué des règles culturelles leur interdisant les prêts bancaires. Dans un tel cadre, seuls 8 entrepreneurs enquêtés ont eu recours au crédit pour créer et développer leur activité en plus d'investir leurs fonds propres. Ces crédits s'échelonnent de 300 à 30 000 euros. 5 d'entre eux sont accompagnés par Osez Entreprendre et ont contracté leur prêt à l'Adie à hauteur de 300, 800, 1 000, 3 000, et 6 000 euros. En 2018, le montant moyen du prêt contracté par les entrepreneurs d'Osez Entreprendre à l'Adie est de 4 610 euros<sup>88</sup>. A la Miel, ce montant atteint 36 000 euros. A aucun moment de l'enquête, la levée de fonds n'a été évoquée comme une solution de financement par les entrepreneurs ou par les conseillers.

Le financement initial restreint a des répercussions sur l'ampleur de l'activité économique des entrepreneurs accompagnés. Par exemple, la plupart des entrepreneurs travaille à domicile par

---

<sup>88</sup> Il est de 13 300 euros pour les entrepreneurs contractant un prêt à France Active, qui sont moins nombreux. Parmi les 48 entrepreneurs financés par Osez Entreprendre en 2019, 36 l'ont été par l'Adie et 12 par France Active.

manque d'argent. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 7 seulement possèdent un local d'activité et 12 travaillent chez eux. Les 8 restants travaillent à domicile mais utilisent périodiquement des espaces de travail partagé<sup>89</sup>. Le travail à domicile entraîne des difficultés de concentration liées au manque de séparation avec la sphère familiale, un isolement qui réduit la mise en réseau économique, ainsi qu'un sentiment d'illégitimité<sup>90</sup>. Ces éléments nuisent au développement de l'activité de l'entrepreneur et donc aux recettes qu'il perçoit par son entreprise.

Parmi les 22 entrepreneurs enquêtés ayant concrètement lancé leur activité, 14 en tirent un revenu et 8 sont à perte<sup>91</sup>. Sur les 14 entrepreneurs dégagant un revenu, 6 en vivent<sup>92</sup> et 8 sont dans une situation économique instable. L'argent dégagé ne leur permet pas de s'octroyer un salaire ou bien ils préfèrent réinvestir l'argent gagné dans le développement de leur entreprise. Parmi les 16 entrepreneurs à perte ou en situation économique instable, 5 s'appuient sur leurs revenus en tant que salariés, 11 sur leurs indemnités de Pôle Emploi<sup>93</sup>, et une sur les revenus de son conjoint. Les diagrammes ci-dessous mettent en image ces données.

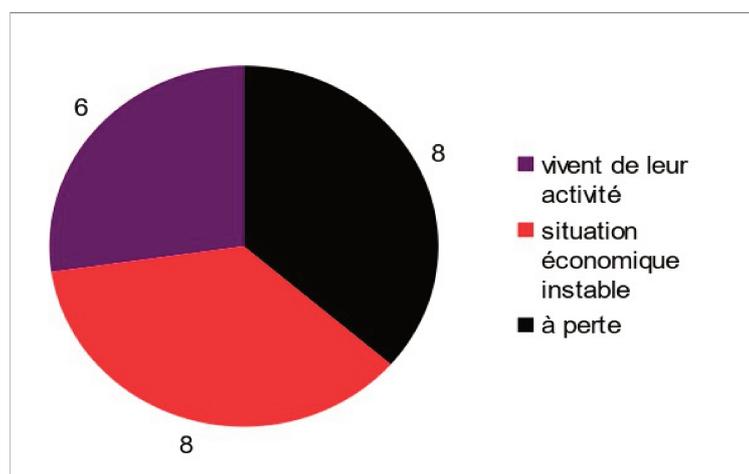


Illustration 20: Les rentrées d'argent limitées des entrepreneurs enquêtés

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

89 Cette situation concerne avant tout les activités de restauration dont le cadre légal interdit la production à domicile hors des normes d'hygiène et de sécurité.

90 Je reviendrai plus précisément sur chacun de ces points au cours de la thèse.

91 Je ne possède pas de données précises et systématiques sur les revenus des entrepreneurs enquêtés. Certains éprouvent par ailleurs des difficultés à calculer le montant de leur chiffre d'affaire, celui de leur réinvestissement dans l'entreprise, et celui du revenu dégagé.

92 Parmi les 6, 4 possèdent leur entreprise depuis plus de 5 ans.

93 Selon le rapport d'activité de l'année 2018, 55 % des personnes accompagnées par la Miel touchent des indemnités Pôle Emploi.

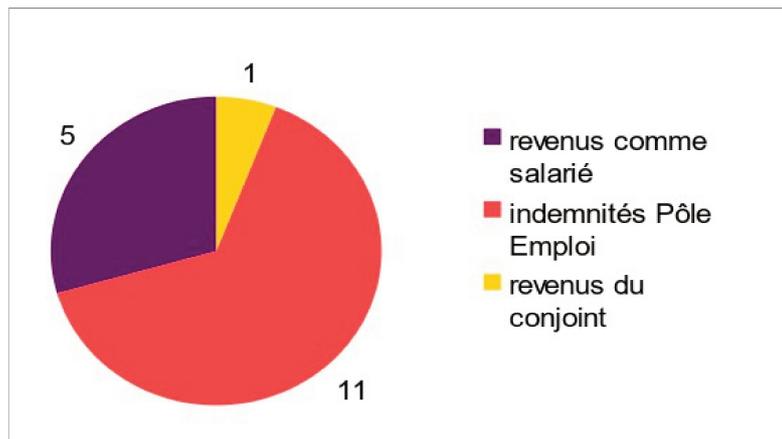


Illustration 21: Les revenus des entrepreneurs en situation instable ou à perte

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

L'absence ou la petitesse de la rémunération dégagée par l'activité entrepreneuriale s'explique de plusieurs manières qui seront détaillées davantage au fil des chapitres. Deux éléments méritent d'être déjà soulignés pour comprendre leur situation financière précaire : leurs motivations à entreprendre qui ne sont pas fondées sur la rentabilité financière et leurs ressources réduites qui limitent leur développement économique.

Malgré leur diversité en termes d'origine géographique, de sexe, de diplôme, et d'activité, un élément fédère la grande majorité des entrepreneurs enquêtés accompagnés par la Miel ou par Osez Entreprendre : la modestie de leur entreprise<sup>94</sup>. Celle-ci est caractérisée par une petite taille et des financements réduits. Elle révèle l'accès des structures d'accompagnement aux publics porteurs de petits projets. Il convient maintenant de voir si ce constat est propre aux QPV.

## 1.2.2 Une modestie partagée mais renforcée en QPV

### 1.2.2.1 Des caractéristiques similaires chez les entrepreneurs hors QPV

Une fois encore, les réflexions proposées reposent moins sur une analyse quantitative exhaustive qui constituerait un travail de recherche en soi que sur une mise en regard des

<sup>94</sup> Cette modestie s'explique en partie par le fait qu'un porteur d'un projet d'envergure est généralement réorienté par la Miel et par les acteurs d'Osez Entreprendre vers une structure d'accompagnement jugée plus adéquate. Ce cas de figure reste néanmoins rare.

profils entrepreneuriaux rencontrés durant l'enquête avec des données produites par des institutions publiques en charge des thématiques du développement économique et/ou de l'aménagement territorial<sup>95</sup> ainsi qu'avec des données issues des rapports d'activité de structures d'accompagnement et de financement qui agissent à l'échelle nationale<sup>96</sup>. Ces deux types de source permettent d'avoir un aperçu général des profils entrepreneuriaux et un aperçu centré sur les entrepreneurs accompagnés.

La mise en regard expose des similitudes concernant les caractéristiques sociales des entrepreneurs. Tout entrepreneur confondu, les données statistiques Sine Insee mises à jour en 2016 montrent une moyenne d'âge qui s'établit à 38,5 ans en France ; 47 % des entrepreneurs ont un niveau infra-baccalauréat bien que ce taux baisse avec l'arrivée des générations scolarisées plus longtemps ; 13 % sont d'origine étrangère alors que les étrangers représentent 7 % de la population nationale ; 32 % des travailleurs non salariés sont des femmes et ce taux atteint 39 % quand il s'agit du statut de micro-entrepreneur.

Les rapports nationaux des structures d'accompagnement étendu permettent de préciser le profil des entrepreneurs accompagnés hors QPV. Par exemple, la BGE évoque une moyenne d'âge de 40 ans des entrepreneurs suivis, 52 % sont des femmes, et 56 % ont un niveau de diplôme équivalent au baccalauréat ou infrabaccalauréat. Les mêmes secteurs d'activité accompagnée prédominent<sup>97</sup>. Les propos des conseillers enquêtés de l'Adie et de France Active Loire-Atlantique corroborent ce constat.

Constatée dans les terrains d'étude, la modestie des entreprises créées se retrouve à l'échelle nationale. Malgré la visibilité médiatique des start-ups et des grandes firmes, les petites entreprises d'activité traditionnelle constituent le profil majoritaire des entreprises en France. A l'échelle nationale en 2018, 97 % des entreprises sont des TPE ; 80 % démarrent sans salarié ; les micro-entreprises constituent 45 % des créations nationales d'activité (BPI, 2019). Dans les collectivités territoriales étudiées, l'importance de la micro-entreprise est également

---

95 Il s'agit de la BPI, des chambres de commerce et d'industrie (CCI), des chambres de métiers et de l'artisanat (CMA), ou encore de l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de Paris (IAU). Ces acteurs s'appuient principalement sur les bases de données de l'Insee et de la BPI pour nourrir leurs études.

96 Il s'agit par exemple de la BGE et d'Initiative France. Je choisis de concentrer l'analyse sur la BGE car elle représente la première structure d'accompagnement à la création et au développement d'activité en France. En 2019, elle a accueilli et orienté plus de 95 000 personnes ; elle en a accompagné et/ou formé plus de 50 000. Parmi elles, 11 % vivent en QPV (BGE, 2020).

97 A savoir la revente et commerce de détails pour 33 %, les services à la personne pour 19 %, et le BTP pour 11 % du total des entreprises suivies.

remarquable<sup>98</sup>, avec une proportion encore plus forte en Seine-Saint-Denis où elle atteint 55,3 % des créations d'activité en 2018. Il en va de même dans certaines structures d'accompagnement<sup>99</sup>.

Comme dans les terrains d'étude, la micro-entreprise est souvent liée à une situation économique précaire. Présenté dans le premier chapitre, le rapport d'évaluation du régime de l'auto-entrepreneur publié en 2013 par l'Inspection générale des affaires sociales et l'Inspection générale des finances met en valeur cette relation. Dans 44 % des réponses, l'assurance d'avoir un emploi est l'une des motivations principales à entreprendre (Deprost et al., 2013). Cette précarité économique et professionnelle antérieure à la création d'entreprise perdure souvent pendant la mise en œuvre de l'activité. Selon les données Sine Insee mises à jour en 2016, 19,7 % des entrepreneurs vivent de leurs indemnités Pôle Emploi et 8,5 % de minima sociaux parmi les 55 % d'entre eux qui se déclarent en activité principale. Si on s'intéresse à la situation des entrepreneurs accompagnés par la BGE en 2019, 85 % sont des demandeurs d'emploi dont 14 % de longue durée (BGE, 2020).

A cette précarité professionnelle s'ajoutent les difficultés de financement et de mise en réseau qui constituent des leitmotivs de la littérature scientifique et de la littérature grise consacrées à l'entrepreneuriat. D'après les données Sine Insee relatives aux entreprises créées en 2018 en France, 51 % des entrepreneurs démarrent avec moins de 8 000 euros<sup>100</sup>. En dehors de leurs fonds propres, 63 % des créateurs d'entreprise tout statut confondu n'ont recours à aucune autre source de financement. A l'échelle nationale, l'absence d'un lieu de travail est aussi un élément partagé par une grande partie des entrepreneurs et plus particulièrement par les micro-entrepreneurs<sup>101</sup>.

### 1.2.2.2 Une modestie plus marquée en QPV

Bien que des éléments communs ressortent entre les profils et les situations des entrepreneurs vivant hors et en QPV, des écarts subsistent qui révèlent une modestie accentuée en QPV. Des différences sont notables en termes d'activité économique. Si les secteurs traditionnels sont

---

98 En 2018, le taux de création d'activité sous le statut de la micro-entreprise s'élève à 42,3 % en Pays de la Loire, 49 % en Loire-Atlantique, et 53 % en Ile-de-France (BPI, 2019).

99 Par exemple, les conseillers enquêtés des antennes Adie de Loire-Atlantique et de Seine-Saint-Denis estiment entre 45 % et 60 % la part des projets financés qui possèdent le statut de micro-entreprise.

100 Ce taux atteint 65 % pour les entreprises individuelles qui englobent les statuts d'EURL, de SAS, et de SARL.

101 Plus de 40 % de ces derniers travaillent à domicile et moins de 10 % possèdent un local dédié à leur activité en 2012 (APCE, 2013).

partout représentés, d'autres secteurs sont limités, voire absents, en QPV. Les activités scientifiques<sup>102</sup>, l'enseignement, l'immobilier, l'information et la communication, ou les finances et les assurances sont sous-représentés en QPV. Ce constat est d'autant plus marquant en Île-de-France et en Seine-Saint-Denis où la communication, le conseil en gestion, ou les activités juridiques caractérisent l'entrepreneuriat hors QPV. La présence de la capitale parisienne et de quartiers d'affaires d'envergure internationale explique en partie ces différences qui révèlent un décalage entre une forme d'entrepreneuriat francilien<sup>103</sup> et les types d'entrepreneuriat présents en QPV. A l'inverse, le commerce de détail, le BTP, l'hébergement-restauration, ou le transport et l'entreposage y sont surreprésentés par rapport aux unités urbaines englobantes (ANCT, ONPV, 2020). Si ces divergences n'ont pas été abordées par les conseillers enquêtés de la BGE et de l'Adie qui accompagnent des entrepreneurs vivant hors et en QPV, elles ont été mises en valeur par le conseiller de France Active qui travaille à Osez Entreprendre. Selon lui, l'antenne ligérienne de la structure finance des types d'activité plus variés, jugés plus innovants, et qui nécessitent des financements plus importants que ceux d'Osez Entreprendre (entretien en mai 2018).

Des différences sont également notables en termes de publics. Bien que le taux de femmes entrepreneuses augmente en France avec le temps, il reste inférieur à celui constaté dans les structures d'accompagnement d'étudiées. D'après les données précitées, les taux nationaux d'entrepreneurs de nationalité étrangère et d'entrepreneurs peu diplômés semblent aussi inférieurs à ceux existant à la Miel et à Osez Entreprendre<sup>104</sup>.

Enfin, les difficultés de financement ne sont généralement pas de même ampleur chez les entrepreneurs accompagnés en QPV et hors QPV. L'exemple d'Initiative France est probant. Premier réseau de financement des créateurs et repreneurs d'entreprise en France, il a soutenu en 2019 plus de 22 000 individus dont 758 vivent en QPV (Initiative France, 2020). D'après son rapport d'activité, le plan moyen de financement d'une entreprise accompagnée en cours de création s'élève à 91 000 euros alors que celui à la Miel ou à Osez Entreprendre se situe autour de 10 000 euros.

---

102 Alors que les activités scientifiques constituent 15,2 %, des entreprises implantées dans les unités urbaines englobantes, elles atteignent 7,9 % en QPV en 2017 (ANCT, ONPV, 2020).

103 Par ailleurs, 55 % des entreprises de ce territoire comptent plus de 10 salariés (IAU, 2019).

104 Par exemple, la part des personnes détentrices de faibles qualifications scolaires concerne le tiers des individus accompagnés par la BGE à l'échelle nationale alors qu'elle concerne la moitié des individus qu'elle accompagne à Osez Entreprendre (BGE, 2020).

Ces quelques éléments de mise en regard ne permettent pas d'établir de réflexions comparatives poussées entre l'entrepreneuriat en QPV et hors QPV. Cet objectif nécessiterait une recherche méthodique et systématique de données quantitatives qui restent encore limitées à l'échelle des QPV. Toutefois, les éléments récoltés permettent de nourrir l'analyse concernant la spécificité d'un accompagnement en QPV. Si la modestie de la démarche entrepreneuriale, la part des étrangers, ou la part des personnes dotées de faibles qualifications scolaires qualifient une partie de l'entrepreneuriat en France, elles sont davantage présentes en QPV comme le révèlent les données citées. Il convient de se demander si ces formes entrepreneuriales caractérisées par la micro-entreprise relèvent de l'entrepreneuriat alors que celui-ci est communément défini comme un processus de croissance et de développement économiques.

### 1.2.3 *Un faux entrepreneuriat ?*

#### 1.2.3.1 Des entrepreneurs « par nécessité »

La description des profils et des types d'activité accompagnés par la Miel et par Osez Entreprendre réactive le débat autour de l'existence d'un faux entrepreneuriat qui ne serait pas porteur d'innovation et de croissance économiques. Des travaux en entrepreneuriat insistent sur « la différence [qui] n'est pas seulement d'échelle mais de nature » entre l'entrepreneur et le micro-entrepreneur (Levratto, Servenin, 2012, p.2). Dans un article paru dans la *Revue de la régulation* en 2012, l'économiste Nadine Levratto et la sociologue du droit Evelyne Serverin dressent le bilan des trois années de fonctionnement du régime du micro-entrepreneur<sup>105</sup> en se demandant si ce dernier peut être considéré comme la première étape du processus entrepreneurial. Selon elles, l'entrepreneur et le micro-entrepreneur se distinguent en termes d'autonomie productive, d'autonomie de direction, et d'autonomie de revenu. Le micro-entrepreneur possède une autonomie productive limitée car il dispose de moyens financiers et matériels restreints pour développer son entreprise. En outre, il n'élabore pas de vision à long terme de son activité. Il se concentre plutôt sur les actions à court et moyen termes qui lui permettent de réaliser son projet personnel. Son autonomie de direction est donc relativement faible : il ne cherche pas tant à assumer des risques importants à l'égard de parties extérieures pour faire croître son entreprise qu'à sécuriser son activité individuelle.

---

<sup>105</sup> En 2012, les autrices utilisent le terme « auto-entrepreneur ».

Enfin, l'activité du micro-entrepreneur est souvent peu rentable. De fait, son autonomie de revenu est contrainte et il lui est plus difficile de vivre de son projet économique qu'un entrepreneur.

Nadine Levratto et Evelyne Serverin défendent l'idée selon laquelle le micro-entrepreneuriat est une « solution au chômage » et se demandent si le micro-entrepreneur n'est finalement pas « la consécration de la figure du travailleur pauvre » (*ibid.*, p.14). Dans ce cadre, la figure du micro-entrepreneur est liée à celle de l'entrepreneuriat de nécessité en ce que l'individu entreprenant serait motivé par la création de son propre emploi plutôt que par une logique de croissance économique (Chauvin et al., 2014). Les caractéristiques propres à l'entrepreneuriat de nécessité mises en évidence dans des travaux de sciences de gestion (Couteret, 2010 ; Fayolle, Nakara, 2010) sont similaires aux caractéristiques du micro-entrepreneur présentées précédemment. Par exemple, l'entrepreneur de nécessité privilégie les secteurs banals dans lesquels il n'y a pas de demande forte, où les barrières d'entrée dans l'activité sont faibles, et qui requièrent peu de capital à son lancement (Giacomin et al., 2016). Ce constat évoque une autonomie de production limitée qui est aussi notable chez le micro-entrepreneur. Par ailleurs, l'entrepreneur de nécessité n'élabore pas de stratégie de croissance et de rentabilité sur le temps long. Sa démarche est caractérisée par l'isolement plutôt que par un esprit proactif, allant dans le sens d'une autonomie de direction également limitée. Enfin, l'entrepreneur de nécessité gère une activité moins rentable que l'entrepreneur d'opportunité car celle-ci est plus petite et moins concurrentielle, ce qui nuit à son autonomie de revenu.

Les micro-entrepreneurs constituent une part importante du public accompagné par la Miel et par Osez Entreprendre. Comme l'ont montré les sections précédentes, leurs activités s'inscrivent dans des secteurs traditionnels ; elles peuvent être démarrées rapidement car elles requièrent peu de financements et reposent principalement sur le savoir-faire de leurs initiateurs ; elles ont une envergure et une rentabilité réduites. Cette présentation générale avalise l'idée d'un entrepreneuriat de nécessité qu'illustre le recours massif au régime du micro-entrepreneuriat en QPV. La faiblesse du capital social et culturel de certaines personnes rencontrées<sup>106</sup>, notamment à Osez Entreprendre, conduit également à les éloigner de la figure de l'entrepreneur d'opportunité pour les rapprocher de la figure de l'entrepreneur de nécessité.

---

106 Bien que le niveau de diplôme ne soit pas le seul élément à prendre en compte pour définir le capital social et culturel d'un individu.

Toutefois, la séparation entre ces deux archétypes n'est pas nette.

### 1.2.3.2 Une dichotomie opportunité/nécessité à déconstruire

Des travaux en entrepreneuriat nuancent la frontière entre l'opportunité et la nécessité (Bayad et al., 2016). La motivation de l'entrepreneur de nécessité à créer son propre emploi et la motivation de l'entrepreneur d'opportunité à développer une activité économique sont moins nettes qu'il n'y paraît : elles s'imbriquent à d'autres motivations qui relèvent à la fois de facteurs jugés négatifs et de facteurs jugés positifs. Les situations des entrepreneurs mêlent souvent des motivations de survie et des motivations de stratégie. Dans ce contexte, assimiler des entrepreneurs à la seule figure de la nécessité est réducteur.

Par ailleurs, les individus qui démarrent une activité économique dans le but de créer leur propre emploi sont hétérogènes d'un point de vue sociologique. Or, leurs caractéristiques sociales influencent la nature et les formes des entreprises qu'ils mènent comme le démontrent les recherches constructivistes sur l'entrepreneuriat qui augmentent depuis les années 1990. L'hétérogénéité sociale se constate aussi à propos des micro-entrepreneurs. Principalement menées par l'Insee, des enquêtes institutionnelles décrivent régulièrement l'évolution des profils des micro-entrepreneurs et établissent des typologies qui recensent leur diversité (Barruel et al., 2014 ; Deprost et al., 2013). Certains micro-entrepreneurs, plus jeunes et plus diplômés que la moyenne générale des travailleurs indépendants, ne correspondent pas à la figure de l'entrepreneur de nécessité.

Cette diversité se retrouve chez les entrepreneurs enquêtés accompagnés par la Miel ou par Osez Entreprendre. L'analyse de leurs motivations multiples et entrecroisées détaillées dans le septième chapitre de la thèse contrevient à l'assimilation simplificatrice des QPV à l'entrepreneuriat de nécessité du fait d'un contexte socio-économique global précaire. Malgré la modestie commune de leur activité économique, les individus enquêtés suivent des trajectoires entrepreneuriales et personnelles qui empêchent toute réduction binaire.

La description à fine échelle des publics accompagnés par des structures d'accompagnement à la création et au développement d'activité qui agissent en QPV dresse un portrait de l'entrepreneuriat également à rebours de son idéalisation médiatique. Elle rappelle une réalité présente à l'échelle nationale, à savoir le caractère ordinaire de l'entrepreneuriat, quand les secteurs d'activité considérés innovants représentent seulement 5 % des créations d'activité en

France (Chauvin et al., 2014). Elle invite à redéfinir la notion d'entrepreneuriat selon une approche qui dépasse la logique de croissance économique.

L'analyse des profils et des activités suivis par la Miel ou par Osez Entreprendre montre à la fois une homogénéité et une hétérogénéité de l'entrepreneuriat existant en QPV. Des éléments communs ressortent comme un âge moyen autour de 40 ans, une importance des publics d'origine étrangère et/ou peu diplômés, le poids des activités traditionnelles de petite ampleur. Des éléments différenciant ressortent aussi comme la diversité des sexes, des pays d'origine, des niveaux de diplôme. Ces caractéristiques ne sont pas spécifiques aux entrepreneurs des QPV mais s'y retrouvent de manière prégnante, notamment le caractère ordinaire et modeste de l'activité économique qui prend souvent la forme de la micro-entreprise. L'ensemble de ces éléments remet en cause la figure commune de l'entrepreneur performant ainsi que celle de l'entrepreneur ubérisé<sup>107</sup> qui serait représentative des quartiers. Finalement, il s'agit moins de montrer l'existence d'un entrepreneuriat propre aux QPV à partir du critère territorial instauré par les politiques publiques que de comprendre les trajectoires entrepreneuriales des personnes enquêtées en fonction de leurs situations sociales et économiques minorées qui sont prégnantes dans ces territoires. La section suivante appréhende ces trajectoires individuelles à partir du contexte socio-économique dans lequel elles se meuvent.

---

107 Comme le montrent les derniers rapports de l'ONPV, l'augmentation des chauffeurs VTC dans les quartiers prioritaires est un phénomène très récent. Cette forme d'entrepreneuriat se retrouve probablement moins dans les structures d'accompagnement bien que 6 % des activités suivies par la Miel relèvent des VTC. Je me suis par ailleurs entretenue avec un chauffeur uber accompagné par Osez Entreprendre.

## **2 L'activité entrepreneuriale inscrite dans des rapports sociaux inégalitaires**

### **2.1 Une démarche entrepreneuriale influencée par les caractéristiques sociales**

#### *2.1.1 Des domaines d'activité construits sur les caractéristiques sociales*

Le projet d'entreprise dépend du profil de son créateur. Malgré la subjectivité plurielle de chaque entrepreneur qui ne peut être assimilé à une catégorie sociale unique, les travaux en entrepreneuriat mettent en valeur des similitudes de trajectoire entrepreneuriale liées à certaines caractéristiques sociales. Par exemple, le genre influence le processus entrepreneurial. De manière générale, les femmes entreprennent davantage dans le domaine des services aux personnes ou dans le secteur alimentaire ; elles choisissent principalement le statut de la micro-entreprise ; elles investissent peu (Pines et al., 2010). L'origine géographique est un autre facteur à prendre en compte pour appréhender les trajectoires entrepreneuriales des individus. Bien qu'il recèle de multiples facettes, l'entrepreneuriat immigré regroupe des éléments communs. D'après la littérature scientifique propre à ce sujet, les entrepreneurs immigrés possèdent surtout des petites entreprises, à dimension familiale, dont l'activité est liée à leur origine géographique (Madoui, 2007). Ils ont par ailleurs peu recours au crédit bancaire. Leurs compétences reposent sur leur savoir-faire plutôt que sur des formations en entrepreneuriat. Ceux qui sont peu diplômés se positionnent principalement dans le commerce de détail et de proximité, la restauration, la confection, l'import-export, ou encore le BTP. Les plus diplômés privilégient les services. L'articulation du niveau de qualification à l'origine géographique rappelle la pluralité des activités de l'entrepreneuriat immigré et qu'une identité n'est jamais unique ni figée.

Les résultats d'enquête font écho à ce sommaire état des lieux des formes de l'entrepreneuriat féminin et de l'entrepreneuriat immigré présentées dans le premier chapitre. Les QPV

constituent des territoires où se concentrent certaines caractéristiques comme l'origine étrangère et la faiblesse des diplômes qui conduisent à la surreprésentation de certaines formes entrepreneuriales. Dans les structures d'accompagnement étudiées, les secteurs d'activité portés par les entrepreneurs suivis sont genrés. Parmi les 18 entrepreneuses enquêtées, 7 travaillent dans le champ du *care*<sup>108</sup> en proposant des services aux personnes, 4 dans le culinaire, 3 dans la décoration ou une pratique artistique, 2 dans la cosmétique. A l'inverse, les activités de VTC et de BTP sont menées par des hommes. Parmi les 9 hommes enquêtés, 3 oeuvrent dans le BTP. Ces données s'inscrivent en continuité des constats de l'Insee : en 2014, 91 % des créateurs d'entreprise de la construction et 83 % des créateurs d'entreprise du transport-entreposage sont des hommes. Un ensemble de travaux féministes qui analyse la notion de travail en valorisant la sphère reproductive parle d'un capital émotionnel des femmes comme une ressource mobilisable. Les valeurs associées au genre féminin telles que la générosité, la solidarité, ou le soin des autres deviennent des éléments sur lesquels fonder et légitimer une activité économique. Les résultats de terrain vont dans ce sens en montrant que les femmes exploitent des ressources afférant à leur genre pour construire leur projet : les entrepreneuses rencontrées qui proposent des ateliers de soutien scolaire alternatifs, l'animation de chorales d'entreprise, des conseils en image et en bien-être, l'organisation de mariages multiethniques, des séances de massage, la gestion d'une plateforme numérique de vente pour les artisans, la gestion d'un réseau social d'entrepreneurs, ou encore la gestion d'un incubateur dédié à des projets du secteur cosmétique ont toutes évoqué leur envie d'améliorer la vie quotidienne des personnes à travers leur activité économique.

Les activités accompagnées par la Miel et par Osez Entreprendre sont aussi influencées par l'origine géographique des individus. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 13 entrepreneurs étrangers ou d'origine étrangère développent et vendent des produits considérés ethniques : cosmétiques pour peaux et cheveux de personnes de couleur, vêtements en wax, nourriture africaine, plateforme de vente numérique de produits ethniques, vente d'objets artisanaux marocains, etc. Les personnes d'origine étrangère s'appuient sur des besoins qu'elles ont elles-mêmes ressentis pour identifier un marché et créer une activité en lien avec leurs pratiques de consommation et/ou avec leur communauté d'origine. Par exemple, les entrepreneurs qui proposent des produits cosmétiques pour personnes de couleur s'inspirent de leur propre difficulté à trouver ce qui leur convient dans les magasins de grande surface. En outre,

108 Le *care* est une notion difficilement traduisible dont la définition fait l'objet de controverses. De manière globale, il renvoie au fait de prendre soin des autres, du monde, et de soi. Il est mobilisé par les féministes qui revendiquent un autre rapport au travail.

l'origine étrangère joue sur le réseau économique mobilisé par l'individu. Les entrepreneurs qui produisent et/ou vendent des produits ethniques utilisent souvent des réseaux communautaires. Ces derniers pallient leur manque d'accès initial aux réseaux économiques classiques.

L'âge permet aussi de comprendre les types d'activité menés par les entrepreneurs enquêtés. Bien qu'il ne soit pas la seule variable explicative, l'âge du porteur de projet a un impact sur la dimension numérique de son activité. Des entrepreneurs de plus de 40 ans ont fait part de leur difficulté à utiliser les réseaux sociaux pour se faire connaître. A l'inverse, 8 entrepreneurs enquêtés fondent leur projet économique autour de l'internet. Il s'agit de femmes et d'hommes de 30 à 40 ans, français, diplômés. Pour plus de précisions concernant les caractéristiques de chaque entrepreneur enquêté, un tableau situé en annexe 5 fournit des indications sur leur profil et sur leur activité.

Tout projet économique est situé : les personnes mobilisent différentes compétences en fonction de leurs caractéristiques sociales qui influencent le secteur d'activité et les relations d'affaires qu'elles développent. Par exemple, les personnes d'origine étrangère utilisent parfois leur capital culturel altérisé et les femmes transposent le savoir-faire développé dans la sphère domestique vers la sphère professionnelle. Il s'agit alors d'étudier plus en détails la pluralité des subjectivités individuelles pour comprendre l'existence de trajectoires entrepreneuriales variées.

## *2.1.2 Des trajectoires entrepreneuriales variées selon les parcours de chacun*

### *2.1.2.1 L'imbrication des caractéristiques sociales au rebours d'une identité figée*

Pour développer leur projet, les entrepreneurs combinent des ressources variées obtenues au travers de la pluralité de leurs caractéristiques sociales. Le cas d'une organisatrice de mariages multiethniques accompagnée par Osez Entreprendre fournit un exemple probant de l'imbrication plus que de l'opposition de ses caractéristiques sociales. Arrivée au terme de son emploi précaire, elle ne dispose plus de revenus pour subvenir à ses besoins. Elle décide alors de créer son activité. Celle-ci est inspirée par son savoir-faire fondé sur ses expériences culturelles et géographiques, les cérémonies africaines, et sur ses expériences dites féminines,

l'organisation et le soin accordé à la famille. En fonction du contexte, les caractéristiques de chacun représentent un frein ou une ressource qui réduit ou renforce ses opportunités entrepreneuriales. La transformation en ressource intervient lorsque l'individu parvient à valoriser sa différence sociale au lieu qu'elle soit excluante. Alors que le genre et la couleur de peau noire de l'organisatrice de mariages multiethniques peuvent représenter des sources de discrimination dans sa démarche entrepreneuriale, elle les utilise pour construire un projet économique qui se démarque des autres. En étudiant les pratiques d'individus accompagnés, j'ai constaté que les femmes utilisent plus que les hommes leur capital culturel lié à leur origine géographique. C'est le cas de l'organisatrice de mariages, mais aussi d'une traiteuse de plats gourmets africains, d'une vendeuse de produits artisanaux marocains, d'une créatrice d'une plateforme numérique de vente de produits ethniques, ou encore d'une cheffe d'un orchestre valorisant la diversité. Appartenant et/ou assignées à un genre minoré en entrepreneuriat, elles diversifieraient leurs ressources en s'appuyant sur leur capital culturel lié à leur origine étrangère pour augmenter leurs opportunités économiques dans une logique réactive. En performant leur différence culturelle, elles créent ainsi des possibilités d'action dans un contexte genré inégalitaire.

Les deux portraits suivants illustrent en quoi l'imbrication des caractéristiques sociales influencent la trajectoire entrepreneuriale de chaque individu.

*Des trajectoires entrepreneuriales liées à la subjectivité plurielle de l'individu*

Les deux entrepreneurs présentés ci-dessous sont dans une situation commune : ils sont accompagnés par la Miel depuis 2018, leur activité économique est lancée depuis plusieurs années, et elle est en cours de développement. Pour autant, ils ne l'appréhendent pas de la même manière. Le premier est un entrepreneur de 35 ans qui conçoit et vend des produits cosmétiques capillaires à destination des personnes aux cheveux texturisés, principalement les afro-descendants. Béninois arrivé en France à l'âge de 16 ans, issu d'une famille d'entrepreneurs, il possède un master en négociations internationales. Père de deux enfants en bas âge, il a démissionné de son emploi en 2018 et il travaille depuis à temps plein sur son activité légalisée en SAS en 2017 bien qu'elle ait été lancée en 2013. Sa partenaire de vie est également sa partenaire d'entreprise. S'ils vendent déjà des produits, ils préfèrent réinvestir dans leur projet l'ensemble des revenus obtenus et éviter le prêt bancaire. Pour le moment, l'entrepreneur est indemnisé par Pôle Emploi et sa femme est toujours salariée. La deuxième est une entrepreneuse de presque 40 ans qui propose des éclairages urbains et architecturaux en extérieur et en intérieur. Tunisienne arrivée en France au début des années 2000, coupée de sa famille depuis, elle a obtenu un master en architecture spécialisée dans l'éclairage. Mère d'une enfant en bas âge, elle entreprend des démarches de divorce d'un époux résidant en Inde. Son projet d'entreprise a débuté en 2010, entrecoupé par des activités de sous-traitance, pour être légalisé en SAS en 2018. Au total, elle y a investi 12 000 euros de fonds propres sans avoir recours aux organismes bancaires. Elle travaille actuellement sur plusieurs contrats, principalement avec des clients du secteur public. Pour autant, elle survit

de son activité plus qu'elle n'en vit.

Ces deux entrepreneurs partagent des caractéristiques sociales similaires : ils sont relativement jeunes, étrangers arrivés en France pendant leurs études, détenteurs de diplômes reconnus, parents d'enfants en bas âge. Ces éléments influencent leurs pratiques : ils développent des entreprises dans des secteurs peu traditionnels en QPV, qui nécessitent des compétences professionnelles et du temps pour être pérennes, et dont l'investissement repose sur leurs fonds propres. D'autres caractéristiques les différencient : ils n'ont ni la même expression de genre, ni la même situation maritale et familiale. Ces éléments ont des répercussions sur leur activité entrepreneuriale. Peu soutenue par son entourage, l'entrepreneuse ressent un fort isolement qui nuit à son équilibre émotionnel et professionnel. Le fait qu'elle travaille à domicile pour réduire ses frais renforce ce sentiment. Elle doit s'occuper seule de sa fille, ce qui l'empêche de participer aux événements de mise en réseau. A l'inverse, l'entrepreneur partage les charges physiques et mentales, familiales et professionnelles, avec son épouse. Pendant notre entretien (février 2019), il se laisse d'ailleurs porter par le récit de son projet et oublie d'aller chercher ses enfants à l'école. Un coup de téléphone de sa femme le lui rappelle. Un autre point de divergence important concerne leur confiance en eux. Alors que l'homme s'est lancé dans l'entrepreneuriat de manière « instinctive » en ayant suivi l'exemple de ses parents et qu'il n'éprouve pas de difficulté à entrer en contact avec différents types de partenaires, la femme souffre d'un manque de légitimité. Elle « flippe toujours par rapport à ce que je pourrais apporter, à ma valeur ajoutée. Je sais que oui, ça va, j'ai réussi des choses, j'ai des preuves que je peux faire des choses et tout, mais je ne suis jamais confiante. Jamais. J'ai toujours peur et ça évolue tellement rapidement à une vitesse exponentielle, que ça me fait flipper » (octobre 2018). De fait, elle se fait violence lorsqu'il s'agit de démarcher des clients. A ce manque de confiance dans ses compétences professionnelles alors qu'elle est diplômée s'ajoute un sentiment d'illégitimité à parler français. Tandis que l'entrepreneur valorise son origine étrangère à travers la nature de son projet économique, l'entrepreneuse la ressent comme un obstacle. Etrangère, elle imagine mal maîtriser la langue française : « J'ai un peu du mal à cause aussi du français qui ne me revient pas. Et des préjugés que j'ai comme ça, dans ma tête ». A notre deuxième entrevue six mois plus tard (avril 2019), ses craintes semblent s'être atténuées. La réussite de plusieurs contrats a affermi sa posture d'entrepreneuse même s'« il y a toujours, bien sûr, un petit creux ou, je ne sais pas, une petite peur au fond. Parce qu'on n'est jamais sûr. Mais oui, ça va beaucoup mieux ».

Illustration parmi d'autres possibles, cette comparaison met en lumière les parcours différenciés des entrepreneurs selon la manière dont ils mobilisent les ressources afférentes à leurs caractéristiques sociales. Ces dernières constituent des freins ou des opportunités selon leur contexte personnel et familial. Alors que l'entrepreneur en cosmétique s'appuie sur ses origines étrangères pour concevoir et vendre son produit dans des boutiques ethniques spécialisées, l'architecte les envisage comme une barrière linguistique quand elle démarché un client. Malgré cette appropriation divergente, l'entrepreneuriat apparaît dans les deux cas comme une démarche qui nécessite du temps et de l'engagement de la part de l'individu.

### 2.1.2.2 L'exemple de l'entrepreneuriat ethnique

Le cas de l'entrepreneuriat ethnique<sup>109</sup> est emblématique de la diversité des trajectoires des entrepreneurs des QPV. Si les personnes d'origine étrangère sont nombreuses dans les structures d'accompagnement étudiées, diverses stratégies d'utilisation des ressources ethniques sont mises en oeuvre pour développer leur activité. Ces dernières révèlent des appropriations individuelles multiples. D'ailleurs, la littérature scientifique dédiée à cette forme entrepreneuriale montre que les entrepreneurs immigrés ne choisissent pas forcément de s'inscrire dans un entrepreneuriat ethnique en s'éloignant des réseaux de solidarité ethnique et en ne vendant pas à leur communauté d'origine (Madoui, 2007 ; Madoui, 2003). Durant les entretiens, les 18 entrepreneurs de première ou de seconde génération d'immigration ont toujours pris le temps d'expliquer leur choix de cibler ou non un produit et/ou un public ethniques sans que la question ne leur soit posée. Parmi eux, 13 commercialisent des produits ethniques et 7 ciblent un public ethnique. Par ailleurs, 13 projets économiques sont transnationaux car ils reposent sur des partenariats avec des fournisseurs et des prestataires étrangers. Les entrepreneurs qui ont choisi de mobiliser des ressources ethniques s'appuient sur leurs connaissances et leurs réseaux géographiques préalables, sur leur savoir-faire ethnique, ainsi que sur la hausse de la demande en produits ethniques de la part d'individus aisés ouverts à l'exotisme et de la part d'une population étrangère ayant ses propres habitudes de consommation. Leurs raisons de s'inscrire dans une forme d'entrepreneuriat ethnique sont variées et s'articulent à leurs histoires personnelles. Il s'agit généralement moins d'une revendication culturelle que d'une recherche pragmatique d'efficacité. Plusieurs facteurs de choix de vendre d'un produit ethnique se dégagent de l'analyse de terrain. Des entrepreneurs enquêtés développent un produit ethnique car celui-ci représente un savoir-faire facile à mobiliser dans un contexte où leurs ressources sont limitées. Il s'agit surtout d'entrepreneuses au capital culturel réduit qui travaillent dans le secteur culinaire. D'autres entrepreneurs enquêtés développent un produit ethnique car ils y voient une réelle opportunité économique. D'autres encore développent un produit ethnique pour valoriser des éléments géographiques et culturels qu'ils affectionnent. Ces deux dernières postures se recoupent souvent et renvoient à des entrepreneurs qui utilisent des tissus en wax, organisent des mariages multiethniques, ou vendent des produits culinaires sub-sahariens haut-de-gamme. Plusieurs facteurs de choix de s'adresser à un public ethnique se distinguent également de l'analyse de terrain. Ils reposent sur un positionnement qui mêle des dimensions économiques et des dimensions culturelles

---

109 Cette expression a été définie dans le premier chapitre.

et/ou sociales. Les entrepreneurs enquêtés qui vendent un produit ethnique à tout type de client cherchent à élargir leur cible pour générer plus de revenus, à partager leur culture, et/ou à se dégager de toute catégorisation ethnique. Dans ce dernier cas, ils cherchent à éviter la stigmatisation et/ou la suspicion de communautarisme. Par exemple, les traiteuses culinaires et les vendeuses d'objets ethniques rencontrées vendent leurs produits à tout le monde. Les entrepreneurs enquêtés qui vendent un produit ethnique à des clients spécifiques le font majoritairement par obligation car leur produit s'adresse à des profils particuliers. Cette contrainte repose parfois sur une forme d'engagement : ils veulent servir des clients minorés pour lesquels les produits standardisés ne sont pas adaptés. C'est notamment le cas des entrepreneurs qui proposent des produits cosmétiques pour les peaux et les cheveux de personnes de couleur.

L'encart ci-dessous expose plus en détails le cas d'une traiteuse de plats gourmets africains accompagnée par la Miel qui transforme des caractéristiques sociales a priori discriminantes en ressources pour son entreprise. Sa stratégie vis-à-vis du choix d'un public ethnique évolue avec le développement de son activité, ce qui montre qu'elle mobilise différemment ses caractéristiques en fonction du contexte temporel, économique et social.

*« J'en avais marre de voir toujours un gros mafé mal dressé » (février 2019)*

Femme franco-ivoirienne, sans diplôme, sans fonds propres, l'entrepreneuse se lance dans la restauration car elle constitue un savoir-faire où elle excelle. En 2008, elle commence à vendre des plats préparés chez elle de manière informelle dans les rues du quartier Château d'Eau à Paris, proche de son lieu de vie et où la population africaine est surreprésentée. Peu à peu, elle réoriente son activité vers la production de plats plus gastronomiques pour des prestations de buffet événementiel. Il ne s'agit plus de vendre des assiettes débordantes de mafé ou de yassa aux passants africains mais de proposer des plats originaux intégrant des produits alimentaires africains à des clients de toute origine géographique et sociale. Pour l'entrepreneuse, cette réorientation est à la fois un choix économique pragmatique et une revendication culturelle. Il s'agit de toucher une population blanche qui accepte de payer plus cher, mais aussi de valoriser le continent africain en offrant un autre regard sur sa gastronomie qui est souvent apparentée à de la nourriture grasse : « C'est quoi que tu as envie de laisser à tes enfants ? C'est quoi l'image de l'Afrique pour toi ? C'est quoi ? Moi j'en avais marre de toujours voir un gros mafé mal dressé. J'en avais marre de voir que, les gens, dès qu'on parle à un Français : « Africain, c'est trop gras, trop copieux. Trop comme ci, trop comme ça ». Je me suis dit, si j'ai un restaurant, je veux avoir des blancs, je veux avoir des noirs, je veux avoir des jaunes. Je veux tout le monde, moi. Je ne veux pas un restaurant où il n'y a que des noirs qui soient à l'aise. Et quand tu regardes le pouvoir d'achat, c'est simple. Le pouvoir d'achat d'un Africain est inférieur, en tout cas sur la consommation. Le plat que je vais avoir à 20 euros, je vais pouvoir le vendre facile, avec respect, et en plus l'Européen va l'admirer. Je le vendrais plus cher. Et toujours avec le respect, avec le machin ». Elle se déclare en micro-entrepreneuse en 2011. Elle fait appel à sa mère et à ses proches pour l'aider à cuisiner et à servir lors des gros événements. En

2018, son entreprise est pérenne et elle développe de nouveaux projets, notamment en Afrique. En 2019, elle organise un défilé de mode suivi d'un cocktail que son entreprise prépare à Abidjan, ville de son enfance. Des entrepreneurs ivoiriens sont présents ainsi que ses tantes vivant sur place pour l'aider à mener à bien la soirée.

En s'ouvrant à une clientèle diversifiée et plus aisée, la traiteuse cherche à la fois à accroître son chiffre d'affaires et à valoriser sa culture ivoirienne.

Si les cas développés jusqu'à présent ont surtout mis en valeur le rôle du genre, de l'origine étrangère, et de la situation familiale dans l'orientation des projets d'entreprise, il est utile de rappeler que le niveau de diplôme et la situation économique précaire des personnes accompagnées rencontrées constituent aussi des éléments qui influencent leur démarche entrepreneuriale. Il convient de voir en quoi ces derniers constituent souvent des freins qui limitent l'accès à la création d'entreprise.

## **2.2 Des ressources entrepreneuriales limitées par les conditions sociales d'existence**

### *2.2.1 Des indispensables à la création d'entreprise qui font défaut aux classes populaires*

#### 2.2.1.1 Un faible financement

Les structures d'accompagnement étudiées sont ouvertes à un public varié afin de pallier les inégalités d'accès aux ressources entrepreneuriales en QPV. L'une d'entre elles concerne l'accès à un financement qui permette le développement de l'activité économique. Bien que celui-soit un problème récurrent en entrepreneuriat, il est d'autant plus fort en QPV. Les entrepreneurs et les conseillers enquêtés citent le financement du projet comme principale source de difficulté. Cet élément est évoqué en premier dans 8 des 27 entretiens menés avec les personnes accompagnées dont les fonds propres et l'accès au crédit sont limités. L'encart ci-dessous reprend et détaille l'exemple de l'organisatrice de mariages multiethniques évoqué précédemment.

« *Je préfère dépenser petit à petit ce que je peux* » (octobre 2018)

En juillet 2017, une porteuse de projet décide d'expérimenter une activité d'organisation de mariages multiethniques en intégrant l'Ouvre-Boîte 44. Cette femme de 29 ans, française d'origine camerounaise, possède un BTS en communication et vit avec son compagnon. Lors de l'entretien, elle cite l'argent comme la plus grande difficulté éprouvée dans sa démarche entrepreneuriale. Son emploi d'avenir<sup>110</sup> étant achevé, elle touche des indemnités Pôle Emploi qui « ne peu[vent] pas me permettre des sommes énormes dans ça [son activité] ». Elle ne souhaite pas faire un prêt bancaire malgré l'avis de sa conseillère de peur de ne pas pouvoir le rembourser par la suite : « je ne voulais pas trop, parce que je n'aime pas, et je sais que c'est mauvais aussi parce qu'on me l'a dit. En fait, je n'aime pas devoir. Du coup, je ne voulais pas devoir de l'argent. [...] C'est vraiment la peur de ne pas avoir la possibilité de rembourser, ce qui fait que j'ai peur d'emprunter [...]. Emprunter une grosse somme et me retrouver « mince, je ne peux pas rembourser ». J'ai peur de ça. Du coup, je ne le fais pas ». De fait, son activité économique repose sur ses fonds propres qu'elle peut contrôler : « Je préfère dépenser petit à petit ce que je peux. Et je sais que c'est mon argent, je sais que si je peux, je le fais. Et si je ne peux pas, je ne le fais pas ». Installée dans une situation professionnelle et financière précaire, l'entrepreneuse possède des fonds propres très limités. Lorsque je la rencontre une première fois, un an et quatre mois après le lancement de son activité, elle a dépensé moins de 1 000 euros pour l'hébergement d'un site internet, pour la production de cartes et de flyers, et pour la publicité sur l'internet. Elle privilégie l'autodidaxie gratuite en se formant par exemple à la communication grâce à des vidéos en ligne. Elle réduit aussi les opportunités de développement de son activité qui sont coûteuses : elle ne se rend pas aux événements de mise en relation de *wedding planners*<sup>111</sup> situés hors de la région nantaise, n'a pas fait appel à des prestataires photographes pour son site internet. Faute de ressources économiques pour subvenir à ses besoins, elle décide de mettre son activité « en stand-by » en février 2019.

Ainsi, l'absence de financement liée à une situation économique et professionnelle initiale précaire nuit à la croissance de l'entreprise. La lenteur de développement du projet renforce les difficultés économiques déjà existantes de l'entrepreneuse et inscrit celle-ci dans le cercle vicieux de la précarité.

#### 2.2.1.2 Un faible réseau

Après le financement, le réseau est la deuxième source de difficulté citée. Les entrepreneurs accompagnés peinent à trouver des clients et des partenaires pérennes, notamment des développeurs web. L'absence d'inscription dans des réseaux d'acteurs économiques dynamiques renforce leur isolement. Ce dernier est un sentiment fortement ressenti par les entrepreneurs travaillant exclusivement à domicile qui représentent le tiers des entrepreneurs enquêtés. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 19 ne fréquentent aucun réseau entrepreneurial

110 L'emploi d'avenir est un contrat d'aide à l'insertion professionnelle destiné aux jeunes éloignés de l'emploi. Le dispositif a pris fin en 2018.

111 Expression utilisée par la profession pour désigner les personnes qui proposent des prestations d'organisation de mariage.

autre que celui de leur structure d'accompagnement. Ils s'appuient essentiellement sur des liens forts pour développer leur projet : 9 évoquent un membre de leur famille comme partenaire économique, 19 citent leurs amis comme aide dans le développement de leur activité. Le cas précédemment exposé de la traiteuse de plats gourmets africains est révélateur de cette situation partagée par le plus grand nombre : elle s'appuie sur sa famille et ses amis quand elle a besoin d'aide. L'encart ci-dessous expose quant à lui le cas d'un entrepreneur qui insiste sur les efforts qu'il a produits pour s'inscrire dans des réseaux desquels il était étranger et exclu.

*« Ce que j'ai pu faire aujourd'hui, c'est sans réseau, sans quoi que ce soit » (juin 2019)*

Un homme me raconte l'évolution de ses projets dans le BTP, du premier lancé en 2012 au nouveau sur l'utilisation de structures métalliques de conteneur. Ce camerounais de 36 ans est arrivé en France en 2004. Il possède un CAP de menuiserie. Sa femme a rejoint son entreprise en cours de route. Durant les entretiens, il insiste sur l'importance des réseaux pour le développement d'une entreprise. Parti de rien, il valorise l'audace personnelle qu'il a dû mettre en œuvre pour se faire une place dans le monde institutionnel : « C'est au culot. Nantes Métropole, c'est au culot. Tout a été fait au culot [...] Demain, je pourrai affirmer haut la main que je me suis fabriqué. Que personne. Je ne suis le projet de personne, en fait. Je me suis fabriqué, en fait ». Pour autant, l'entrepreneur a été accompagné par une structure dédiée. Lors d'une rencontre fortuite avec un élu local, celui-ci lui conseille un accompagnement par la BGE. Il le débute en septembre 2017 et intègre Osez Entreprendre. Cet accompagnement lui permet d'entrer en relation avec un banquier mais l'entrepreneur se plaint que la structure d'accompagnement à la création et au développement d'activité « n'ouvre pas de réseau comme on souhaiterait que ça ouvre ». En tant qu'entreprise artisanale de petite taille qui « n'a pas pignon sur rue », il n'est « pas pris au sérieux » par la majorité des acteurs économiques et politiques. Ces derniers refusent de passer des contrats ou de l'aider à trouver des terrains pour son nouveau projet à potentiel de développement. Ils l'obligent à se débrouiller seul : « personne n'a donné du crédit, ne serait-ce qu'un seul crédit, à mon projet. Personne. Personne ». Après avoir attendu et essuyé les refus des acteurs nantais pendant plus d'un an, il s'est tourné vers une « communauté de communes, une toute petite » à plusieurs dizaines de kilomètres de Nantes. Elle lui a proposé un terrain en moins de deux mois. Lors de notre entretien, il salariait trois personnes et pensait en embaucher d'autres en contrat à durée déterminée.

En parallèle de l'intégration aux réseaux physiques, l'acculturation aux réseaux sociaux est un enjeu majeur chez les entrepreneurs rencontrés. Un quart d'entre eux n'utilise pas l'internet dans ses pratiques entrepreneuriales, surtout les personnes qui possèdent peu de diplôme, sont étrangères, et/ou d'une cinquantaine d'années. Leur inexistance numérique les rend invisibles aux yeux de clients et de partenaires potentiels. Des formations collectives dédiées à l'appropriation d'outils numériques sont proposées par les structures d'accompagnement pour parer à ce problème, mais l'absence de connaissances de base chez certaines personnes les

empêche de suivre les propos du formateur. Cette situation s'est présentée lors d'observations et a été explicitée par des entrepreneurs lors d'entretiens. Alors que le domaine numérique est généralement présenté comme un outil d'émancipation en faveur de l'autodidaxie, il constitue ici une source d'inégalité d'accès qui renforce l'absence de certains profils dans les réseaux économiques.

### 2.2.1.3 Une précarité qui accentue les difficultés entrepreneuriales

Si les problèmes de financement et de réseau structurent la création d'entreprise en général, ils sont plus importants dans les QPV où se concentrent des situations professionnelles, économiques, et sociales précaires. La délimitation de la politique de la ville à partir du critère unique de pauvreté conduit à la surreprésentation spatiale des personnes aux conditions matérielles d'existence limitées. Liés à la pauvreté, les taux de chômage, d'inactivité, et d'emplois précaires sont aussi plus forts en QPV qu'ailleurs. A l'inverse, les revenus médians annuels y sont plus faibles<sup>112</sup>. D'après les rapports d'activité de l'année 2018, 71 % et 55 % des personnes accueillies respectivement à Osez Entreprendre et à la Miel sont demandeuses d'emploi. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 12 étaient dans une situation d'emploi instable au moment du démarrage de leur projet. 5 étaient en fin de contrat de travail et 2 ont vu leur entreprise fermer. Les 5 autres n'avaient pas d'activité professionnelle : bénévole d'association, étudiants en fin d'étude, ou mère au foyer. Les deux tiers de ces entrepreneurs sans réel choix professionnel sont accompagnés par Osez Entreprendre, soit 8 des 12 entrepreneurs. Ce constat dénote une précarité plus forte des entrepreneurs d'Osez Entreprendre par rapport à ceux de la Miel sur laquelle je reviendrai dans les chapitres suivants. Pour autant, près de 10 % des entrepreneurs accompagnés par la Miel touchent uniquement les minima sociaux et 7 % ne touchent aucune aide. Parmi les 15 entrepreneurs ayant des alternatives professionnelles, une partie s'est plainte du manque d'intérêt intellectuel et/ou de l'instabilité temporelle des emplois qui lui sont proposés.

La présence importante des classes populaires dans les QPV conduit à des pratiques entrepreneuriales influencées par le manque de capitaux financier, social, et/ou culturel couplé à la difficulté de trouver un emploi stable. Il convient alors d'examiner en quoi la précarité socio-économique, le genre, l'origine géographique, et le niveau de diplôme restreignent le champ des possibles de la démarche entrepreneuriale.

---

112 Les données chiffrées ont été précisées dans la première partie.

## 2.2.2 *Un écart à la culture entrepreneuriale qui renforce les difficultés*

### 2.2.2.1 Une distance sociale et culturelle

Les personnes accompagnées par la Miel et par Osez Entreprendre sont distantes de la culture entrepreneuriale<sup>113</sup>. Au démarrage de l'activité, les entrepreneurs enquêtés possèdent peu de compétences entrepreneuriales telles que des connaissances en comptabilité ou en gestion. Parmi les 27 individus rencontrés en entretien, 7 seulement ont un diplôme en lien avec des compétences entrepreneuriales : trois entrepreneurs possèdent un BTS en communication et une entrepreneuse un master, une entrepreneuse possède un master en management et finances, une autre un master en gestion d'entreprise. Cette dernière estime toutefois que ses études universitaires ne lui sont d'aucune aide pour créer et développer son entreprise. De fait, l'expérience prime sur les diplômes. Parmi les 27 entrepreneurs, 9 se sont définis spontanément comme des autodidactes. Lorsqu'ils lancent leur projet, ils s'appuient avant tout sur leur savoir-faire. Ce dernier est lié à une pratique professionnelle, comme c'est le cas des entrepreneurs du BTP, ou à une pratique de loisirs, comme c'est le cas des entrepreneuses travaillant dans la restauration, montant une chorale d'entreprises, ou confectionnant des vêtements en wax. Il s'agit de transformer une activité bénévole appréciée et maîtrisée en une activité rémunératrice qui constituerait l'activité professionnelle principale. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 10 se situent dans une démarche de reconversion professionnelle, c'est-à-dire qu'ils ont démissionné ou qu'ils envisagent de démissionner de leur poste salarié pour mener une activité indépendante qui leur plaît. Dans ce contexte, l'acquisition de compétences entrepreneuriales est un enjeu fort pour les personnes enquêtées. Si chacune cite des compétences différentes propres à ses besoins particuliers, un tiers d'entre elles évoque la valorisation commerciale et la communication comme problématiques.

La distance à la culture entrepreneuriale se traduit également par la langue. La compréhension et l'appropriation des termes anglophones et/ou français relevant du champ entrepreneurial est un problème récurrent qui se dégage des entretiens. Lors des discussions, les entrepreneurs

---

113 Cette dernière est constituée par des traits de personnalité et par des compétences individuelles qui relèvent de savoirs et de savoir-être censés favoriser la création et le développement d'une entreprise. Ces traits de caractère et ces compétences font l'objet de nombreux travaux en entrepreneuriat qui tentent d'en définir les contours.

enquêtés cherchent souvent les mots justes sans réussir à les trouver.

« *Il faut que j'apprenne la logghorée* »

A plusieurs reprises, des entrepreneurs ont éprouvé des difficultés à utiliser un vocabulaire jugé classique dans le monde de l'entrepreneuriat. L'un d'eux n'arrivait pas à retrouver le terme « *networking* »<sup>114</sup> lorsqu'il disait qu'il devait aller à davantage d'événements pour rencontrer des partenaires potentiels (juillet 2019). Deux autres avaient oublié l'expression « *carte de visite* » : « On va faire, je vais faire des cartes, des [un silence], je ne sais pas comment ils appellent ça. Vous savez, ce qu'on met sur les cartes, des espèces de cartes avec ce que je vais faire » (septembre 2018). Ou encore : « Comment faire ses cartes, ses flyers<sup>115</sup>. Ses cartes [un silence]. Je ne sais plus comment on appelle ça, des petites cartes à distribuer » (octobre 2018). L'appropriation du vocabulaire entrepreneurial est un enjeu partagé même par ceux ayant côtoyé ce monde en tant que salariés avant de se lancer seul. Une porteuse d'un projet d'espace de coworking de 40 ans, française, ancienne salariée en veille stratégique dans une entreprise du web, déclare devoir s'acculturer à un ensemble de termes pour convaincre des partenaires alors qu'elle les avait déjà croisés auparavant : « Je n'y arrive pas encore, la logghorée. Je travaille, et c'est ça, je dois travailler pour vendre mes prestations *team building*<sup>116</sup> à des entreprises qui ne sont pas dans le sérail, que je ne connais pas bien, que je ne comprends pas bien bien. Eh bien oui, il faut que j'apprenne la logghorée. Et normalement, j'ai tout pour que ça marche. Je me répète ça, c'est un peu le mantra. Il n'y a pas de raison. Mais il faut. Mais en plus, c'était les mots-clefs, mon métier. C'est ça que je ne comprends pas, moi. C'est mon métier, les mots-clefs. Je le sais. [...] Je les connais, ces mots. Ce n'est pas possible » (mai 2019).

Cette distance à la culture entrepreneuriale s'éclaire différemment en fonction des caractéristiques individuelles. Une origine étrangère, un capital scolaire et social faible, ou un âge avancé sont autant de variables explicatives. Celle-ci se combinent parfois<sup>117</sup>.

#### 2.2.2.2 De la distance à l'exclusion

Malgré des trajectoires entrepreneuriales variées, un point commun rapproche les personnes accompagnées enquêtées : la galère. Bien que certaines transforment des caractéristiques sociales minorées en ressources, celles-ci concourent le plus souvent à renforcer leurs difficultés tout au long du processus de création d'entreprise, d'autant plus quand elles s'imbriquent. Par exemple, leur supposée méconnaissance de la langue française empêche des

114 Terme anglophone pour désigner la mise en réseau. Il est davantage utilisé que son homologue français par les acteurs de l'entrepreneuriat.

115 Terme anglophone désignant un prospectus de communication. Une fois encore, les acteurs de l'entrepreneuriat privilégient l'utilisation du vocabulaire étranger au détriment du vocabulaire français.

116 Méthode apparue dans les années 1980 visant à renforcer les liens et l'esprit d'équipe au sein d'une entreprise.

117 C'est ce que montrent notamment des travaux de sociologie au sujet des personnes immigrées et de leurs enfants qui possèdent globalement moins de ressources scolaires que les personnes françaises n'ayant pas de parent étranger (Beauchemin et al., 2015).

entrepreneurs étrangers de rencontrer des partenaires et des clients potentiels soit parce qu'ils ne se sentent pas légitimes à aller à leur rencontre, soit parce qu'ils sont rejetés car jugés incompetents. Les exemples de l'architecte en éclairage urbain ou de l'entrepreneur en BTP évoqués précédemment sont révélateurs de cette situation. Ils rejoignent les propos des personnes étrangères et/ou au faible capital culturel enquêtées qui ont affirmé que la langue et la culture administrative françaises constituent des barrières au lancement de leur entreprise. Le genre féminin renforce aussi la distance au monde entrepreneurial. Des mères entrepreneuses disent avoir manqué des événements de mise en réseau ayant lieu en soirée ou loin de chez elles en l'absence de moyens pour faire garder leurs enfants. La difficulté d'accéder aux ressources numériques est également vécue comme un obstacle au développement de leur activité par des personnes enquêtées plus âgées parfois peu diplômées et/ou étrangères. Ces différentes formes de distance aux acteurs économiques conduisent les entrepreneurs rencontrés à créer des activités de petite ampleur. La petite taille de leur entreprise limite sa croissance et les revenus obtenus, ce qui alimente le cercle de la précarité financière que vivent certains d'entre eux.

Des profils entrepreneuriaux marqués par des caractéristiques particulières sont visibles à la Miel et à Osez Entreprendre : origine étrangère, genre féminin, précarité socio-économique, ou encore autodidaxie. Ces caractéristiques plurielles, imbriquées, et minorées dans le monde entrepreneurial en éloignent les entrepreneurs rencontrés. Elles renforcent leurs besoins même si elles constituent parfois des ressources selon la manière dont chacun se les approprient pendant sa démarche de création d'activité. Il convient alors d'étudier en quoi les trajectoires personnelles de ces individus minorés s'inscrivent dans des rapports inégalitaires qui limitent leur capacité d'action à entreprendre.

## **2.3 Des inégalités structurelles qui marquent la trajectoire entrepreneuriale**

### *2.3.1 Entreprendre avec les discriminations*

#### 2.3.1.1 L'entrepreneuriat comme échappatoire ?

Le recours à l'entrepreneuriat représente parfois une façon d'échapper aux discriminations. Les entretiens menés avec les entrepreneurs ont révélé que certains ont vécu des expériences de discrimination dans le cadre de leur travail salarié. Deux personnes m'ont fait part de leur conviction d'avoir été discriminées pour leur couleur de peau noire et/ou leurs cheveux crépus lors d'entretiens d'embauche ; une autre a déclaré avoir ouvert son propre salon d'esthétique pour ne plus sentir le mépris raciste des clientes chez qui elle allait exercer sa prestation ; une dernière a évoqué le port de son voile musulman comme un frein à l'obtention d'un emploi. Un nombre important d'enquêtes de testing menées en France met en lumière les discriminations à l'emploi liés à l'origine étrangère (Du Parquet, Petit, 2019). Les immigrés et leurs descendants sont plus exposés au chômage que la moyenne nationale. Ce constat est accentué dans les QPV. En 2016, 27 % des immigrés et 31,5 % de leurs descendants étaient au chômage contre 25,3 % de la population totale résidant dans ces territoires (CGET, ONPV, 2019). Ce constat concerne aussi les personnes qui ne possèdent pas un diplôme au moins équivalent au baccalauréat et les jeunes ayant entre 15 et 29 ans : 28 % et 30,7 % sont respectivement au chômage dans les QPV en 2019 (ONPV, 2021). Il touche également les femmes : 40,2 % des femmes en âge de travailler qui vivent en QPV sont actives contre 51,4 % des hommes. Parmi elles, 22,3 % sont au chômage contre 9,1 % des femmes des unités urbaines environnantes (CGET, ONPV, 2019). En outre, elles sont davantage concernées par le sous-emploi que leurs homologues masculins : 16,6 % travaillent à temps partiel contre 5,6 % des hommes. Ces différentes caractéristiques liées à la race, au diplôme, à l'âge, et au genre s'articulent parfois et renforcent la pénalisation d'individus sur le marché de l'emploi. Par exemple, une sociologue a mis en valeur les discriminations intersectionnelles d'entrepreneuses musulmanes « visibles » qui sont défavorisées sur le marché de l'emploi en fonction de leur sexe, de leur origine, et du port du voile (Karimi, 2020).

Bien que les entrepreneurs enquêtés évoquent souvent des expériences professionnelles discriminantes et parfois le sentiment d'être dévalorisés socialement, ils emploient rarement le terme de « discrimination ».<sup>118</sup> Lorsqu'ils l'utilisent, ils se réfèrent d'abord à l'obstacle que représente l'absence de diplôme pour être reconnu sur le marché du travail. En outre, ils tendent à relativiser ses effets. Parmi les 5 entrepreneurs qui ont décrit des expériences de discrimination raciale, 3 ont dans le même temps nuancé leur impact sur leur parcours professionnel. C'est ce qu'illustre l'exemple détaillé ci-dessous d'un entrepreneur noir qui a travaillé auparavant dans le monde de la banque.

*« Est-ce que la banque est vraiment faite pour vous ? » (mai 2019)*

Français d'origine guadeloupéenne, détenteur d'un BTS en action commerciale, ce célibataire de 37 ans construit une agence de voyages mystères en ligne. Il me relate un entretien d'embauche durant lequel il a été l'objet de racisme : « J'allais passer l'entretien, ils m'avaient pris. Mon nom, comme tu le vois, c'est Kevin Giordano<sup>119</sup>. [...] Lorsque je vais à l'entretien, je suis bien présentable, il n'y a pas de souci, bien habillé, et on t'appelle. Il y avait plusieurs personnes dans la salle qui allaient passer l'entretien. Des personnes différentes. Et on dit : « Monsieur Giordano ». Je me lève. Et puis la personne continue : « Monsieur Gordiano ». Et j'arrive devant elle : « Monsieur Gordiano. -Oui, c'est moi ». Elle me fait : « Ah. C'est vous ». Je me suis dit : « Eh bah, l'entretien est mort ». [il rigole] Donc elle me fait : « Venez ». On y va. Mais quand je suis entré dans le bureau, je savais très bien que je pouvais faire tous les efforts du monde que je voulais, bien parler, c'était mort. Et tellement mal élevée, cette dame, elle m'a même dit, à la fin de l'entretien, quand j'ai fini mon speech et expliqué ce que j'avais fait : « Vous savez, franchement, j'aime bien votre profil. Vous vous exprimez bien. En fait, il n'y a pas de souci. Mais le problème, c'est que vous ne souriez pas. Vous n'avez pas pensé à faire autre chose que de travailler dans la banque ? Parce que je suis aussi là pour conseiller des personnes. Est-ce que la banque est vraiment faite pour vous ? -Bah oui. J'ai des compétences, je pense que oui. -Parce que je suis recruteuse, donc je suis capable de dire, selon les personnes ». Donc de me dire que la banque, ce n'était pas du tout fait pour moi. Je lui dis : « Qu'est-ce que vous pensez qui est fait pour moi ? » Elle me fait : « Je ne sais pas, moi. Il y a beaucoup d'autres comme vous qui travaillent le bois ». Je fais : « Je ne pense pas. Je n'ai pas fait un diplôme. Je ne sais pas faire tout type de travail qui se propose à moi. Je n'ai pas fait un BTS action commerciale pour devenir maçon ou travailler le bois. J'aurais fait un BTS bois, ou je ne sais pas. -Ah d'accord, ok ». Et ça s'est terminé. Et je suis parti. Et je savais très bien que j'avais pas l'entretien ». L'entrepreneur relativise toutefois cette expérience raciste en expliquant qu'il a décroché des missions d'intérim puis un contrat à durée indéterminée (CDI) dans une banque. Il se définit d'abord par sa volonté et par les compétences acquises lors de ses formations : « On va dire que j'ai souvent eu de la chance. Est-ce que c'est de la chance ? Non. Pourquoi ? Parce que moi, je me suis toujours dit : « Je vais avec mes compétences ». Si on ne me prend pas, je vais essayer ailleurs. Ce

118 Cette observation corrobore des enquêtes statistiques qui révèlent l'écart important entre l'expérience auto-reportée de la discrimination et les discriminations situationnelles. Généralement, les individus n'utilisent pas spontanément le terme « discrimination » et ils sous-déclarent leurs expériences vécues de discrimination par rapport aux réalités observables. La sous-déclaration s'explique par différents comportements liés aux trajectoires de chacun : un état de méconnaissance, une peur de se tromper, une posture de déni en faveur du discours d'universalisme républicain français, ou encore une volonté d'esquive car la reconnaissance de la discrimination les stigmatiserait (Beauchemin et al., 2015 ; Eckert, Primon, 2011).

119 Le nom a été changé pour conserver l'anonymat.

n'est pas grave. [...] Je ne me suis jamais arrêté à me dire : « Bon, je suis noir, je ne vais pas y arriver » ».

Des travaux en entrepreneuriat étudiant l'ethnicité ou le genre féminin montrent que la création d'activité est parfois vécue comme une solution professionnelle pour échapper aux discriminations car elle est présentée comme un acte fondé sur le mérite personnel qui permet l'ascension sociale (Pécoud, 2012 ; Marlow, 1997). Plutôt que de mobiliser son expérience de discrimination à l'emploi comme un motif qui l'a incité à entreprendre, le créateur de l'agence de voyages en ligne préfère modérer son rôle et mettre en valeur ses atouts et sa volonté personnelle. Pour lui, la création d'activité vise avant tout à mener un projet passionnant en toute indépendance. Sa posture révèle que la démarche entrepreneuriale ne se résume pas à un échappatoire pour les individus discriminés enquêtés. Ces derniers y investissent plus d'aspirations, comme je le détaillerai dans la troisième partie de la thèse.

### 2.3.1.2 La discrimination à la source de ressources pour entreprendre

Par ailleurs, les discriminations dont des entrepreneurs font l'objet les obligent à développer de nouvelles compétences qui deviennent des atouts pour la création d'activité. Leur distance scolaire, culturelle, et/ou sociale au monde entrepreneurial les délégitime auprès des institutions et ont habitué certains à persévérer. La trajectoire de l'entrepreneur du BTP exposée précédemment est emblématique de ce cas de figure. Bien qu'il n'ait été pris au sérieux ni par son conseiller, ni par son banquier, ni par les acteurs politiques locaux, il ne s'est pas découragé car il est accoutumé à redoubler d'efforts pour réussir. D'autres personnes enquêtées ont mis en valeur leur habitude de la précarité pour expliquer leur capacité à tenir alors que l'entrepreneuriat nécessite du temps pour atteindre une rémunération vivable.

*« Je suis habituée, avec mes années de battante, à vivre avec le minimum » (avril 2019)*

Lorsqu'elle évoque son souhait de prendre une nouvelle stagiaire, l'architecte spécialisée en éclairage aborde les obstacles financiers qui l'en empêchent. Travaillant surtout pour des clients du secteur public, elle fait face à d'importants retards de paiement : « Là je regarde le site de mon comptable. Les clients me doivent 107 000 euros. [elle rigole]. Donc voilà. Mais voilà. Je n'ai rien ». Je lui demande à quoi servira l'argent une fois qu'elle l'aura touché : « Je pourrais déjà commencer, au moins, à investir pour embaucher ma stagiaire. Si elle accepte d'être embauchée au smic, au minimum social. Et faire rouler un peu ma roue. Moi, de mon côté, je suis habituée [elle rigole], avec mes années de battante, à vivre avec le minimum. Alors je pense pouvoir m'en sortir pendant quelques mois, oui ». Deux ans après avoir créé son entreprise, elle se rémunère à moins de 1 000 euros par mois tout en élevant seule une

enfant de 4 ans.

Devant faire face à une précarité sociale et/ou économique souvent liée à des formes de discrimination, les personnes enquêtées issues des classes populaires développent des ressources spécifiques pour créer leur entreprise. La relation de la discrimination à l'entrepreneuriat est donc complexe car elle en constitue à la fois un frein et un support. Il convient maintenant de voir le rôle joué par le discours commun sur l'entrepreneuriat dans l'existence d'une telle relation.

### 2.3.2 *Une invisibilité des rapports sociaux inégalitaires*

#### 2.3.2.1 Des discours publics en faveur du mérite individuel

Comme l'a montré le premier chapitre, les acteurs politiques et économiques nationaux promeuvent l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat est un processus nécessairement méritocratique car il repose sur la volonté individuelle. Les acteurs administratifs qui soutiennent la création et le développement d'activité en QPV reprennent cette idée dans leurs documents publics, notamment le CGET et la BPI. L'événement Big Innovation Generation organisé par cette dernière le 10 octobre 2019 est révélateur à ce sujet.

« Liberté, égalité, volonté » à BIG



Illustration 22: Photographie depuis le sommet des gradins de la salle de concert d'AccorHotels Arena.

Réalisation : Loréna Clément, octobre 2019.

Lors de la journée réunissant des dizaines de milliers de personnes, des panneaux géants lumineux ont égrené des slogans en continu. L'un d'eux qui passe au bas d'un des écrans tel une information flash de BFM TV énonce : « Liberté, égalité, volonté ». Ces trois mots-clefs définissent l'entrepreneuriat selon la BPI : une activité dont on est le patron, accessible à tout le monde, possible par la seule force de la détermination. En complément de ces messages ponctuels, de larges visuels aux couleurs de l'institution situés dans plusieurs points de la salle principale et visibles de partout rappellent cette idée que l'« entrepreneuriat [est] pour tous ».

Les têtes de réseau des principales associations d'accompagnement et de financement comme la BGE ou l'Adie diffusent le discours de leurs financeurs publics dans leurs supports de communication. Dans le rapport d'activité fêtant les 30 ans d'existence de la structure, la déléguée générale de la BGE déclare que « l'ascenseur social peut prendre le chemin de

l'entrepreneuriat » car celui-ci constitue « comme un antidote aux déterminismes sociaux » (BGE, 2019, p.25-26). Dans la même veine, l'Adie insiste sur l'idée que la volonté personnelle détermine la réussite individuelle. Dans la brochure de l'édition 2017 du festival que l'association organise chaque année pendant la semaine dédiée au microcrédit, une rhétorique performative fondée sur des éléments de langage est utilisée : « être maître de ma propre vie », « je suis l'exemple même de la persévérance », « tout est possible, à condition de le vouloir », « elle reprend sa vie en main », ou encore « ils ne savent pas qu'il suffit de vouloir que tout est possible ». Le même message décore la salle où se tient l'événement.

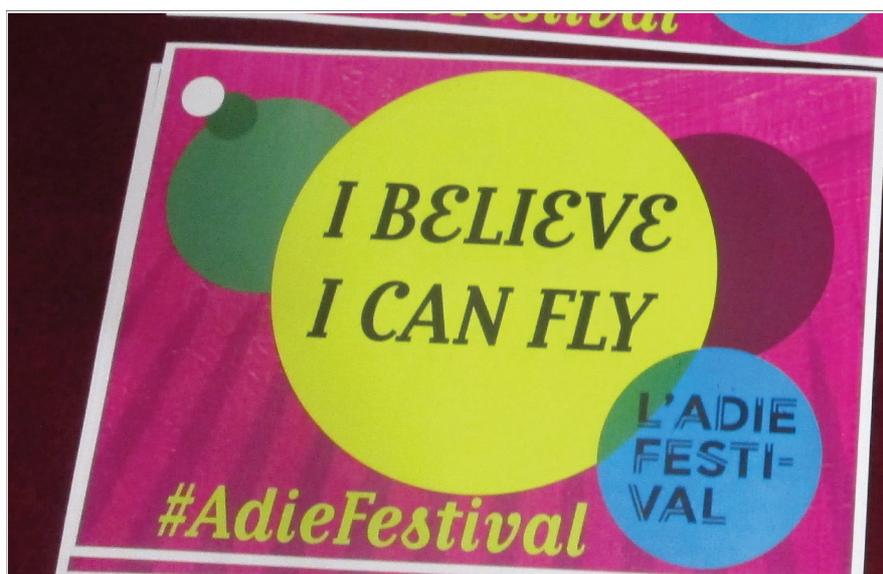


Illustration 23: Affiche de l'Adie promouvant la volonté personnelle

*Réalisation : Loréna Clément, janvier 2017.*

Cet exemplaire coloré constitue l'une des nombreuses affiches présentes sur les murs des salles du festival de l'Adie. Le slogan reprend l'idée selon laquelle la détermination individuelle est la clef de la réussite entrepreneuriale.

Ce leitmotiv n'est pas seulement l'apanage des structures d'accompagnement et de financement soutenues par les acteurs publics, il est aussi diffusé par les structures de sensibilisation à l'entrepreneuriat.

« *Un système dans lequel chacun a sa chance* » (novembre 2019)

Cette phrase est tirée du discours du président de Citizen Entrepreneurs prononcé lors de la 12<sup>ème</sup> conférence annuelle des entrepreneurs organisée autour du thème « Entrepreneuriat et mobilité sociale » dans un amphithéâtre du ministère de l'Economie et des finances en novembre 2019. Fervent partisan de Muhammad Yunus<sup>120</sup> qu'il cite souvent, le président parle de volonté, d'énergie, et de motivation pour caractériser la démarche entrepreneuriale qui apparaît détachée de toute fatalité. Tant que la passion et la détermination existent, la création d'activité se fait « sans effort et sans contrainte » ajoute le président de l'association 100 000 entrepreneurs. La directrice en charge de la croissance et des entreprises de BNP Paribas, troisième organisateur de la journée, abonde dans leur sens en déclarant qu'il ne fait « aucun doute » que l'entrepreneuriat est un facteur d'ascension sociale. Ce discours idéalisé de l'entrepreneuriat est porté par des personnes de plus de 50 ans, blanches, issues de grandes écoles, ayant des fonctions de pouvoir. Il est adressé à un public composé majoritairement de collégiens et de lycéens vivant en banlieue parisienne qui appartiennent pour une part aux minorités racisées. Les détenteurs du micro leur affirment que les études scolaires comptent moins que la volonté et que l'on peut réussir en venant de n'importe où. Ils dressent l'image d'une France qui compte « parmi les pays les plus égalitaires au monde » où le principe de redistribution limite les inégalités de départ. De fait, « nous sommes tous des enfants gâtés » : l'obstacle principal à la réussite entrepreneuriale réside dans l'autocensure psychologique.

En prônant publiquement la volonté personnelle comme facteur de réussite, les acteurs institutionnels nationaux présentent la création d'activité comme une voie qui repose sur le mérite individuel. Cette vision méritocratique de la démarche entrepreneuriale occulte les inégalités structurelles qui la structurent.

### 2.3.2.2 Des images qui incarnent un profil d'entrepreneuriat

Complémentaires aux paroles publiques, les photographies diffusées par les acteurs institutionnels donnent à voir une certaine représentation de l'entrepreneuriat. La figure du jeune entrepreneur startupper décontracté mais sérieux et celle du chef d'entreprise blanc d'une cinquantaine d'années dans son costume de travail sont autant de représentations visuelles qui bâtissent des images entrepreneuriales. Ces incarnations visuelles masquent la variété et le caractère ordinaire de l'entrepreneuriat. Contrairement aux acteurs nationaux, certains acteurs institutionnels locaux prennent davantage en compte la diversité de leur public, comme en témoignent les clichés suivants.

---

120 Muhammad Yunus est un économiste bangladais réputé pour avoir fondé la première institution de microcrédit en 1976.

*Les entrepreneurs de la CCI de Seine-Saint-Denis : des jeunes souriants de diverses origines*



Illustration 25: encart sur le statut de micro-entrepreneur

*Réalisation : site internet de la CCI en décembre 2018.*



Illustration 24: le programme Entreprendre Leader de la Région Ile-de-France

*Réalisation : site internet de la CCI en décembre 2018.*



Illustration 26: l'espace de coworking de la CCI de Seine-Saint-Denis

*Réalisation : site internet de la CCI en décembre 2018*



Illustration 27: la valorisation du numérique par la CCI

*Réalisation : brochure de la CCI distribuée au forum « Réussir en Seine-Saint-Denis » en décembre 2018.*



Illustration 28: l'image donnée d'une « jeune entreprise »

*Réalisation : brochure de la CCI distribuée au forum « Réussir en Seine-Saint-Denis » en décembre 2018.*

L'institution locale que représente la CCI de la Seine-Saint-Denis adapte l'image commune de l'entrepreneur à la diversité ethno-raciale de son public qui caractérise son territoire. Bien que l'ensemble des photographies insiste sur la variété des entrepreneurs en termes de race et de genre, il met néanmoins en valeur un type de profil : le jeune trentenaire à l'allure décontractée mais vêtu au moins d'une chemise, au sourire éclatant, heureux de sa situation. Or ce profil ne représente pas la majorité des entrepreneurs du département de Seine-Saint-Denis qui se retrouve pour partie invisibilisée. Par ailleurs, l'accent porté dans les photographies sur le domaine digital et sur les espaces de travail partagés illustre l'inscription de l'institution dans les tendances entrepreneuriales nationales même si celles-ci ne sont pas adaptées à une partie des entrepreneurs qu'elle accompagne. En regardant ces images, des porteurs de projet potentiels qui vivent dans le département peuvent ne pas se sentir concernés par les services proposés par la CCI.

Afin de contrer l'auto-censure véhiculée par l'image d'un jeune entrepreneur innovant et dynamique dans laquelle les entrepreneurs des QPV ne se retrouvent pas, un autre profil est mis en avant par les acteurs institutionnels lors des sessions publiques de témoignage pour toucher davantage le public des quartiers : celui de l'entrepreneur parti de rien et prêt à tout pour réussir. Ce dernier développe souvent des activités économiques en lien avec les cultures urbaines et montre un attachement affectif aux habitants de son lieu de vie. C'est le cas d'un rappeur ayant créé une marque de vêtements de luxe et d'un producteur de musique qui ont été invités à témoigner lors de la conférence intitulée « l'entrepreneuriat pour tous » qui s'est déroulée dans une salle au sous-sol d'AccorHotels Arena pendant le BIG de la BPI. Né en France mais ayant vécu au Mali jusqu'à ses 11 ans, détenteur d'un CAP de maçonnerie, le producteur de musique a enchaîné les emplois temporaires avant de créer son entreprise avec

ses fonds propres. Porté par « une éducation de rue », le rappeur a décidé de « faire des sous » dans la musique après avoir fait de la prison. Cette mise en scène narrative incite l'auditoire à croire que tout est possible pour tout le monde en entrepreneuriat, notamment pour les habitants qui vivent en QPV. Le producteur de musique évoque brièvement la lenteur de la pérennisation de son activité et son manque de réseau et de financement pour insister sur l'audace et la détermination qui caractérisent sa réussite. L'ancien rappeur reconverti en vendeur de vêtements *streetwear*<sup>121</sup> de luxe se présente quant à lui comme une source d'inspiration pour ses « petits frères » en employant les jeunes de son quartier en tant que livreurs et en distribuant des fournitures scolaires.

Paroles et images génèrent des discours dont le contenu définit des cadres d'interprétation du monde. Ils ont un rôle performatif en produisant des effets de réalité, c'est-à-dire qu'ils contribuent à créer la réalité qu'ils prétendent décrire. Les résultats de terrain corroborent les travaux des chercheurs en entrepreneuriat qui affirment que les discours afférant aux modèles entrepreneuriaux consolident l'esprit néolibéral fondé sur le mérite et la responsabilité individuelles (Da Costa, Silva Saraiva, 2012) et qu'ils valorisent certains types d'activité jugés innovants. Ces représentations publiques influencent les conceptions et les pratiques des individus accompagnés enquêtés qui se sentent illégitimes et/ou coupables de leur situation.

### 2.3.3 *L'illégitimité entrepreneuriale*

#### 2.3.3.1 Un manque de confiance en soi

En s'écartant de la figure publicitaire de l'entrepreneur par leurs caractéristiques sociales minoritaires et par l'aspect traditionnel de leur petite activité économique, des personnes rencontrées ressentent un sentiment d'incompétence à créer une entreprise. Le cas de l'architecte en conception lumière qui craint de discuter avec des clients en pensant mal parler français est révélateur à ce sujet. D'ailleurs, des entrepreneurs étrangers m'ont fait part de leur malaise vis-à-vis de la langue française. Lors des entretiens, ils se sont dévalorisés en disant manquer de vocabulaire, faire des fautes de grammaire et de conjugaison, ou encore avoir un accent étranger alors que leur expression orale ne suscitait aucun problème de compréhension. Cette traduction verbale d'une incorporation du sentiment d'infériorité face à une jeune

---

121 Le *streetwear* est un style vestimentaire apparu dans les années 1980 étroitement lié aux cultures urbaines et plus particulièrement à la musique rap.

doctorante française met en exergue la difficulté qu'ils peuvent rencontrer à s'adresser à des partenaires économiques malgré leur savoir-faire. Des entrepreneurs ont aussi évoqué leur malaise à participer à des temps collectifs d'accompagnement. Cette situation est principalement évoquée par les femmes enquêtées qui apparaissent moins confiantes dans leur posture professionnelle.

« *Je discute les choses autrement* » (septembre 2018)

Une vendeuse d'objets artisanaux marocains est accompagnée par l'Ouvre-Boite 44 dans le cadre d'Osez Entreprendre. De nationalité marocaine, âgée de 47 ans, elle est arrivée en France à l'âge de 11 ans et a dû quitter l'école à 16 ans. Elle ne possède aucune qualification scolaire. Elle a régulièrement des entretiens individuels avec sa conseillère mais sa présence aux temps collectifs reste limitée. Contrainte de garder un emploi salarié pour se rémunérer, elle n'a pas le temps de participer à la majorité des formations collectives. Elle ne s'y sent d'ailleurs pas à sa place malgré la bienveillance qui règne dans la coopérative : « C'est comme une grande famille. Tout le monde sait que c'est toi. On a l'impression que tout le monde se passe les informations. Après, moi, je voyais et j'entendais des gens qui ont fait la formation avec moi : ils sont à l'aise. Ils parlent avec les autres entrepreneurs, en fait. Moi, je suis enfermée dans mon truc parce que je n'arrive pas ». Au sujet d'une formation collective en comptabilité et en communication, elle décrit les autres participants : « Il y en a une qui faisait du yoga, un qui faisait coach, il y en a qui font dans l'artistique. Il y a de tout, en fait [...]. J'ai discuté avec eux. C'est vrai qu'eux, ils étaient vachement en avance par rapport au numérique, par rapport à tout ça. Je ne me sentais pas à ma place. Mais ils m'ont dit : « Non, tu as autant ta place avec nous ». Je sentais qu'ils avaient un... Je ne sais pas. Ils avaient un parcours, un pas de plus que moi ». L'entrepreneuse se compare à eux en riant : « Alors que moi, je vais avec mes petits moyens ». Elle « discute les choses autrement », portée par ses émotions et son histoire familiale plus que par des compétences scolaires et professionnelles. Hors du dispositif Osez Entreprendre, les entrepreneurs accompagnés par l'Ouvre-Boite 44 sont généralement des Français titulaires de diplôme de niveau master.

Ce décalage est conscientisé et expliqué par une autre entrepreneuse suivie par Osez Entreprendre. Agée de 45 ans, de nationalité franco-ivoirienne, détentrice d'un BEP en comptabilité, mère célibataire d'une adolescente, elle conçoit, coud, et vend des vêtements et des accessoires en wax. Durant l'entretien, elle évoque les différents codes qui régissent les catégories sociales et qui empêchent parfois de communiquer : « Pour les gens de quartier, même s'il ne faut pas rester enfermé dans le quartier, il y a quand même des petites réalités culturelles. De code. Voilà, juste de codes de vie, de réalités, de façons de parler, de façons de se projeter. Qui ne sont pas les mêmes que des gens du centre-ville, en fait » (mai 2019).

Ces exemples montrent des individus qui ne se sentent pas à leur place et se déprécient du fait de faibles titres scolaires et/ou de ressources culturelles différentes. Ils s'autocensurent en évitant les rencontres avec des partenaires économiques, ce qui réduit leurs opportunités entrepreneuriales engendrées par la mise en réseau.

Le manque de confiance et de maîtrise d'outils a donc des répercussions négatives sur la pérennité de leur entreprise. Par exemple, des individus enquêtés ont déclaré avoir des difficultés à se valoriser au niveau commercial. Une fois encore, il s'agit surtout de femmes qui n'arrivent pas à fixer un prix juste à leurs produits et/ou à leurs prestations. Elles proposent des tarifs en-dessous de ceux du marché car elles considèrent que leurs expériences et/ou leurs compétences ne sont pas suffisantes pour demander davantage. Elles sont parfois conscientes de se dévaloriser économiquement par rapport à la qualité de leur offre, mais elles ne parviennent quand même pas à augmenter leur prix. Le parcours suivant illustre le sentiment d'illégitimité d'une entrepreneuse dont l'activité est pourtant en plein développement.

*« Je peux vivre dans l'ombre toute ma vie » (février et octobre 2019)*

Une entrepreneuse vend du storytelling à des fabricants du secteur de la maison. D'une quarantaine d'années, française, détentrice d'un master en arts appliqués, mère de deux filles adolescentes, elle a créé son entreprise de prestation de services en style en 2014 en reprenant le carnet de clients de l'entreprise où elle était salariée depuis 1998 et dont les dirigeantes partaient à la retraite. Lors de l'entretien, elle cite la confiance en soi comme difficulté principale bien que son entreprise soit rentable et pérenne. Un concours de circonstances l'a poussée à entreprendre alors qu'elle ne s'était jamais sentie entrepreneuse auparavant. Ce manque de confiance se répercute sur ses pratiques. Elle évoque des tarifs proposés trop faibles pour du « made in France » et une difficulté à s'imposer en tant que décisionnaire lorsqu'il s'agit de l'avenir de l'entreprise. Par exemple, elle compte monter et proposer sa marque de stylisme en plus de répondre à des demandes de clients. Avec ses deux salariées, elle lui cherche un nom sans en trouver de valable. Son mentor qui l'accompagne sur une période d'un an pour l'aider à développer son entreprise et à résoudre son problème de légitimité lui a conseillé de prendre son propre nom : « Il m'a dit : « Tu rigoles ? Il n'y a pas pire pour rester planquée. Assume ! C'est qui qui orchestre ? C'est toi. Il y a des tas de gens qui ont leurs griffes, qui lancent leur marque avec leur nom. C'est quoi le problème ? » J'ai dit : « Ouais, mais par rapport aux filles, c'est un problème. Parce que c'est quelque chose que l'on construit ». Il me dit : « Bah non. C'est toi qui es à la barre, il n'y a pas de secret. Assume ».

Des travaux en entrepreneuriat affirment l'importance du récit de soi dans la création et le développement d'activité (Lounsbury, Glynn, 2011). La stratégie de présentation de soi est décisive pour convaincre les partenaires économiques et les clients de la pertinence du projet économique. Il s'agit de savoir se vendre pour pouvoir vendre ensuite son produit et/ou sa prestation, image de soi et image de l'entreprise étant profondément imbriquées. Dans ce cadre, la maîtrise du discours est un préalable à l'émergence du business. Mais un pitch et une publicité efficaces reposent sur la confiance que dégage l'entrepreneur ainsi que sur sa capacité narrative. Cette confiance n'est possible qu'à condition qu'il se sente lui-même

légitime, la légitimité de l'entreprise étant intimement liée à la légitimité de son concepteur. Cette dernière constitue un impératif de survie pour les entreprises nouvellement créées (Delmar, Shane, 2004). Telle un cercle vicieux, l'autocensure amoindrit la rentabilité des activités des entrepreneurs enquêtés, ce qui renforce leur sentiment d'illégitimité à se considérer entrepreneur car ils n'arrivent pas à vivre financièrement de leur entreprise, ce qui conduit à leur autocensure. Pour le dire autrement, le manque de ressources entraîne un sentiment d'illégitimité qui entraîne lui-même une réduction des ressources.

Dans leurs discours publics, les acteurs institutionnels valorisent une image de l'entrepreneuriat dans laquelle les personnes enquêtées ne se retrouvent pas. Cette invisibilité perçue favorise un sentiment d'illégitimité qui conduit à amoindrir leur capacité à se faire entendre et à vendre leurs produits. Alors qu'il repose sur des inégalités structurelles qui disqualifient les entrepreneurs minorés, ce sentiment d'illégitimité aboutit parfois à une culpabilisation individuelle.

### 2.3.3.2 Une culpabilisation

Afin de contrecarrer le sentiment d'illégitimité entrepreneuriale ressenti par certains, les acteurs institutionnels mettent en valeur la volonté personnelle comme facteur de réussite pour inciter les individus qui s'écartent de l'image commune de l'entrepreneuriat à considérer qu'ils sont tout aussi légitimes à entreprendre. La valorisation de la volonté personnelle comme facteur de réussite conduit toutefois à un autre sentiment négatif chez des entrepreneurs enquêtés : la culpabilité. En faisant reposer le succès entrepreneurial sur la détermination, les acteurs institutionnels responsabilisent les individus face à leur trajectoire dans un contexte de rationalité néolibérale. En cas d'échec de leur activité économique, les entrepreneurs se désignent fautifs plutôt qu'ils ne remettent en cause les structures inégalitaires qui ont renforcé leurs difficultés à créer leur entreprise. Les entretiens réalisés avec les entrepreneuses accompagnées montrent qu'elles se désignent personnellement responsables de leurs peines à articuler leurs tâches professionnelles à leurs tâches domestiques plutôt qu'elles ne les considèrent comme la preuve d'une société genrée inégalitaire. De même, l'absence de ressources financières et/ou sociales pour développer leur activité résulterait davantage de leur manque d'initiatives que d'un processus de reproduction sociale. L'exemple de la vendeuse d'objets décoratifs marocains cité précédemment illustre ce constat. Ayant incorporé le discours promettant une réussite entrepreneuriale à tous ceux qui

en ont la volonté, son échec professionnel la dévalorise en tant que personne.

*« Pourquoi les autres arrivent et moi, je n'y arriverais pas ? » (septembre 2018)*

Depuis qu'elle a fêté ses 40 ans et que ses enfants sont autonomes, cette femme veut créer une entreprise qui lui tient à coeur. Depuis ses 18 ans, elle « travaille pour travailler » dans des domaines peu valorisants : « On est la dernière charrue, on n'est pas considéré. Si tu es là, c'est que tu n'as pas travaillé avant, que tu n'as pas fait d'études ». Déscolarisée à 16 ans par l'institution qui l'a rejetée, elle a aidé sa mère à élever ses 6 petits frères et soeurs. Tous ont fait des études et sont actuellement cadres. La démarche de création d'entreprise représente alors « une revanche » visant à prouver à sa famille et à la société qu'elle est capable comme les autres. Même si elle possède peu de compétences entrepreneuriales au préalable, elle s'accroche car elle est convaincue que la détermination est une clef du succès : « Non non, il ne faut pas que je laisse tomber. Il faut que j'aïlle jusqu'au bout. Après, voilà, ça marche, ça marche. Si ça ne marche pas, bah voilà. Et je me dis : « Pourquoi les autres y arrivent, et pas moi ? » Si les autres arrivent... Il faut que je croie à mon projet. Enfin, je suis quelqu'un, même si j'ai pleins de... Je suis quelqu'un de positif. Il faut être positif pour que des choses positives arrivent ». Après trois ans d'effort, elle décide finalement d'arrêter. Citant ses difficultés à s'appropriier les réseaux sociaux, à intégrer les acteurs du monde économique, ou encore à rester ferme sur ses prix, elle conclut lors notre dernier entretien : « Peut-être que ce n'est pas pour moi » (octobre 2019). Souhaitant montrer aux autres qu'elle était capable d'entreprendre comme tout le monde, l'échec est d'autant plus cuisant. Il la renvoie à une position d'infériorité individuelle sans qu'elle n'accuse les inégalités structurelles de départ qui ont nui à la progression de son parcours entrepreneurial.

Le sentiment de culpabilité produit par la lenteur et/ou l'échec de leur activité entame l'estime personnelle et sociale des entrepreneurs rencontrés qui s'infériorisent en tant qu'entrepreneur mais aussi en tant que personne. Dans un contexte d'injonction à l'autonomie, certains se sentent redevables envers la société et culpabilisent d'en recevoir des aides. C'est surtout le cas de ceux qui ont le moins confiance en eux et qui ressentent le besoin de prouver leur capacité.

*« Pour moi, je suis au chômage et je ne suis bonne à rien » (octobre 2018)*

Je discute avec une créatrice d'un site de vente en ligne de produits ethniques qui structure son activité depuis 5 mois et est accompagnée par la Miel. Française d'origine tunisienne, âgée de 28 ans, elle possède un master en communication digitale et multimédias. Lorsque je lui demande si elle se sent légitime en tant qu'entrepreneuse, elle me répond : « Pour le moment, non. Pour les gens, je suis au chômage. Je suis une chômeuse. Et j'ai l'impression que je n'ai jamais été autant au chômage de ma vie. Depuis mars, j'ai le chômage. Et je n'ai jamais fait ça. Et ce sentiment... Je ne sais pas si c'est en France, on te dit qu'il faut aller travailler. Quand tu bosses de chez toi, tu ne travailles pas. Ou tu es sur ton ordi. Et le pire, c'est que des fois je bosse, mais dans ma tête je ne bosse pas. Pour moi, je suis au chômage et je ne suis bonne à rien. Je n'apporte pas de valeur ajoutée. Alors que toute ma vie, j'ai travaillé. Enfin toute ma vie... Le peu de vie que j'ai eu, j'ai travaillé. J'ai été formatée. Quand tu ne vas pas au travail, tu ne travailles pas ». Pendant cette période où elle ne

« travaille pas », l'entrepreneuse suit des entretiens individuels et des formations collectives, a débuté son étude de marché en fréquentant des événements spécifiques, a commencé son site internet, et a élaboré son identité visuelle. Elle hésite toutefois à prendre un emploi à mi-temps pour occuper son reste de temps libre et repousser ses droits d'allocations à Pôle Emploi.

### 2.3.3.3 Une démarche inégalitaire mais souhaitée

Promue comme une solution d'ascension sociale, la politique entrepreneuriale est similaire au système scolaire en ce qu'il perpétue la domination sociale sous couvert de permettre la méritocratie démocratique. Le mérite dépend en fait des capitaux détenus au préalable. Dans ce cadre, la précarité des entrepreneurs n'est plus perçue comme la conséquence d'inégalités d'accès aux ressources liées à des discriminations plurielles mais comme la conséquence de leur incapacité à se rendre employables et à intégrer le système économique en place.

Toutefois, certaines personnes enquêtées ont conscience des inégalités constitutives et reproduites dans la démarche entrepreneuriale. Cela ne les empêche pas d'attacher malgré tout un espoir à la création d'activité comme si celle-ci représente la dernière solution pour une ascension sociale. L'exemple d'une cheffe d'orchestre détaillé ci-dessous illustre cette tension. Consciente d'être freinée par des rapports sociaux inégalitaires, elle continue de redoubler d'efforts pour être reconnue.

*« Quand on vient de Seine-Saint-Denis et qu'on est une femme, si on n'est pas au top... »  
(février 2019)*

Pour ses 20 ans d'existence, la Miel a organisé un événement anniversaire aux Archives nationales de Pierrefite-sur-Seine lors d'une soirée en février 2019. Un premier temps a été dédié à des ateliers portant sur « la performance individuelle et le dépassement de soi ». Les personnes présentes ont été réparties dans quatre salles pour écouter et échanger avec un entrepreneur. Dans l'une d'elles, une cheffe d'orchestre retrace son parcours. Femme d'origine algérienne venant de Seine-Saint-Denis, elle a dû s'imposer dans un milieu professionnel normé ayant « peu de diversité » en termes de genre et de classe sociale. « Ayant grandi à Pantin, m'appelant Zahia, femme, jeune », elle a souvent été multidiscriminée dans un univers d'hommes blancs issus des classes sociales supérieures. Malgré le fait qu'« être différent, ce n'est pas évident », elle a utilisé ses différences comme une ressource dans son projet d'activité. Traduisant son métissage culturel dans la musique, elle a ouvert un orchestre pour faire « de la diversité dans le symphonique » en découvrant « les jeunes talents de Seine-Saint-Denis » qui ont « une même passion avec des parcours de vie différents ». Cet orchestre s'appelle Divertimento et regroupe actuellement de 70 à 100 musiciens. Malgré son succès, elle doit toujours compenser ses manques de financement et

de réseau en « ayant deux coups d'avance » car « on n'est pas encore dans la norme où c'est le talent qui prime ».

Ce témoignage tenu à un auditoire composé en partie d'entrepreneurs accompagnés par la Miel illustre la tension qui traverse la cheffe d'orchestre. Cette dernière rappelle que la démarche entrepreneuriale ne permet pas d'échapper aux discriminations, mais elle la promeut en exposant un parcours de réussite qu'elle entend poursuivre.

Le parcours entrepreneurial des individus s'inscrit dans des rapports sociaux inégalitaires. Ces derniers influencent les possibilités et les expériences des personnes rencontrées qui se sentent souvent illégitimes dans leur posture du fait de caractéristiques sociales minorées dans le monde institutionnel de l'entrepreneuriat. Être une femme, un étranger, un autodidacte, ou une personne en précarité économique sont autant d'éléments discriminants qui limitent la démarche entrepreneuriale. Pour autant, les personnes rencontrées s'adaptent au contexte dans lequel elles se meuvent en transformant parfois ces caractéristiques en ressources entrepreneuriales. Elles entretiennent ainsi une posture ambiguë vis-à-vis de l'entrepreneuriat qui est caractérisée à la fois par l'envie et par les difficultés à réussir.

## **Conclusion**

Ce troisième chapitre a présenté qui sont les entrepreneurs accompagnés par la Miel et par Osez Entreprendre pour interroger la politique d'accès à tous à la création d'activité.

Les structures étudiées sont ouvertes à différents profils. Ceux-ci révèlent une diversité de l'entrepreneuriat que ce soit en ou hors QPV malgré la survisibilité publique de quelques-uns. Il n'existe pas d'entrepreneuriat spécifique à la politique de la ville mais une pluralité de trajectoires. Ces dernières reposent toutefois sur des socles communs comme la modestie et la galère du fait de situations sociale et/ou économique qui renforcent les difficultés à entreprendre. Les ressources entrepreneuriales sont limitées par des processus sociaux inégalitaires qui touchent principalement les femmes, les personnes d'origine étrangère, ou encore les autodidactes rencontrés. Les entreprises créées ou en cours de création sont de petite ampleur, ce qui restreint le sentiment des personnes enquêtées à se considérer

entrepreneuses. Ce sentiment d'illégitimité est influencé par des discours publics qui diffusent des images de l'entrepreneuriat desquelles s'écartent les publics vivant en QPV. Malgré tout, les entrepreneurs rencontrés s'adaptent dans une logique réactive. Ils transforment parfois des caractéristiques discriminantes en ressources entrepreneuriales en mobilisant des compétences qu'ils ont développées dans leur vie quotidienne.

Le chapitre suivant étudie l'adaptation de la Miel et d'Osez Entreprendre aux publics qu'elles accompagnent dans le but d'accroître leurs ressources à entreprendre pour favoriser leur ascension sociale.

# **CHAPITRE 4 : UN ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ADAPTÉ EN PARTIE AU CONTEXTE SOCIAL DES QPV**

Le chapitre 4 examine l'adaptation de l'accompagnement de la Miel et d'Osez Entreprendre aux publics des QPV pour analyser l'accès au plus grand nombre des ressources pour entreprendre.

Il s'agit d'interroger l'existence d'une spécificité du soutien entrepreneurial proposé aux personnes établies en QPV en déterminant quels types de ressources les structures offrent, selon quelles modalités, et dans quels buts. Cet axe de recherche questionne les formes et les effets de la différenciation dans une politique publique qui vise l'égalité des chances.

Pour ce faire, je cible l'étude sur les pratiques des conseillers et les relations qu'ils entretiennent avec les personnes suivies.

La première section détaille les modes d'accompagnement proposées par la Miel et par Osez Entreprendre. La deuxième section interroge la production d'inégalités par une politique de soutien à l'entrepreneuriat qui est territorialisée en QPV.

# 1 Un accompagnement entre conformité et ajustements

## 1.1 Des structures d'accompagnement généralistes

### 1.1.1 *Un accompagnement à l'entrepreneuriat généraliste*

#### 1.1.1.1 La prédominance de l'accompagnement individuel

Depuis les années 2010, les modalités d'accompagnement à la création et au développement d'activité constituent un objet d'étude qui a pris de l'ampleur dans les travaux en entrepreneuriat. Des chercheurs s'intéressent à la pluralité de ses formes aussi bien au niveau micro de la relation entre l'accompagné et l'accompagnant, au niveau méso des structures d'accompagnement, qu'au niveau macro de l'écosystème entrepreneurial dans lequel il se déploie (Chabaud, Dacher, 2019). Cet engouement universitaire s'explique en partie par l'intérêt grandissant qu'y accordent les acteurs politiques nationaux.

Dans les structures étudiées, l'accompagnement individuel représente le cœur des services proposés. Il se compose d'entretiens physiques et téléphoniques entre un conseiller et une personne lancée dans une démarche de création d'activité. La durée, le lieu, les sujets abordés, et le type de relation sociale de ces entretiens varient en fonction des structures et des postures des conseillers rencontrés. Les paragraphes suivants décrivent les types d'accompagnement proposés à la Miel et à Osez Entreprendre.

D'après ses rapports d'activité, le dispositif Osez Entreprendre a accompagné 110 porteurs de projet en amont de la création d'entreprise et 97 entrepreneurs en post-crétion en 2018<sup>122</sup>. En moyenne, les conseillers de la BGE ont effectué 86 % des accompagnements anté-crétion et les conseillères de l'Ouvre-Boîte 44 les 14 % restants. Cet écart substantiel s'explique par des moyens plus importants, des restrictions de type d'activité à accompagner<sup>123</sup> et des modalités

---

122 En 2017, il a accompagné 140 porteurs de projet et 50 entrepreneurs. En 2016, il a accompagné 155 porteurs de projet et 48 entrepreneurs.

123 Seuls peuvent être suivis par l'Ouvre-Boîte 44 les projets d'activité opérationnels qui ne relèvent pas d'une activité réglementée nécessitant un contrat d'assurance professionnelle particulier comme les activités de BTP.

de suivi moins lourdes à la BGE qu'à l'Ouvre-boîte 44. Les maisons de l'emploi accueillent les personnes intéressées et fixent un premier rendez-vous avec un conseiller disponible de l'une des deux structures. A la fin du premier rendez-vous, l'entrepreneur peut être réorienté vers l'autre structure si elle est jugée plus adéquate. L'ensemble des rendez-vous se déroule généralement dans les maisons de l'emploi. Ils peuvent être complétés par des entretiens téléphoniques plus informels. L'accompagnement proposé est gratuit.

Les modalités d'accompagnement de la BGE et de l'Ouvre-Boîte 44 diffèrent sensiblement. Formellement, la BGE propose un accompagnement individuel anté-crétion et un accompagnement individuel post-crétion de 12 heures chacun. Un contrat est signé au deuxième rendez-vous pour établir les conditions de l'accompagnement sur une durée d'un an et demi. Les thématiques abordées lors des heures anté-crétion concernent l'adéquation entre le porteur et son projet, l'étude de marché intégrant les modes de communication et le chiffrage de l'activité, le financement, et le statut juridique. Les thématiques abordées lors des heures en post-crétion concernent la prospection commerciale, la communication, et l'administration de l'entreprise. De son côté, l'Ouvre-Boîte 44 propose un accompagnement individuel sur une durée de trois ans qui peut s'étendre jusqu'à cinq ans. Le nombre d'heures d'entretien n'est pas défini formellement. Il varie selon les besoins et les disponibilités de la personne accompagnée. Celle-ci signe un contrat d'appui au projet d'entreprise (CAPE). Les thématiques abordées sont globalement les mêmes qu'à la BGE. Cependant, l'Ouvre-Boîte 44 permet au porteur de projet de tester concrètement son activité sans qu'il ait besoin d'entreprendre des démarches de légalisation car celle-ci est portée juridiquement par la CAE contre une contribution de 11,5 % de la marge brute dégagée. Les apports théoriques s'accompagnent donc d'une mise en pratique. La personne accompagnée acquiert le statut d'entrepreneuse-salariée en signant un CDI avec la CAE lorsque son chiffre d'affaires atteint entre 1 200 et 1 500 euros.

D'après ses rapports d'activité, la Miel a accompagné en 2018 173 porteurs de projet et 56 dirigeants qu'elle définit comme des entrepreneurs ayant déjà créé légalement leur activité<sup>124</sup>. La personne accompagnée paie une adhésion annuelle de 40 à 100 euros selon son statut de porteuse de projet ou de dirigeante. Elle est suivie par un conseiller qui la rencontre dans les bureaux de la structure lorsqu'elle en éprouve le besoin pour aborder les thèmes habituels cités

---

Lorsqu'un tel cas se présente, l'entrepreneur est dirigé vers la BGE

<sup>124</sup> En 2017, elle accompagné 193 porteurs de projet et 58 dirigeants. En 2016, elle a accompagné 178 porteurs de projets et 77 dirigeants.

précédemment. Selon le rapport d'activité de l'année 2018, la durée moyenne d'accompagnement individuel anté-crédation est de 15h15 et celle en post-crédation est de 9 heures. Le tableau ci-dessous met en regard l'accompagnement d'Osez Entreprendre avec celui de la Miel.

	<b>Osez Entreprendre</b>		<b>la Miel</b>
<b>Personnes accompagnées</b>	207		229
<b>Porteurs de projet accompagnés</b>	110		173
<b>Entrepreneurs accompagnés</b>	97		56
<b>Prix</b>	Gratuit		40 à 100 euros
<b>Lieu principal</b>	Maison de l'emploi		Bureaux de la structure
	<b>BGE</b>	<b>Ouvre-Boîte 44</b>	
<b>Durée en anté-crédation</b>	12 heures sur un an et demi	Variable sur cinq ans	15 heures sur un an
<b>Durée en post-crédation</b>	12 heures sur un an et demi	Devient entrepreneur-salarié	9 heures sur un an

Tableau 4: Données concernant l'accompagnement dans les structures d'étude en 2018

Réalisation : Loréna Clément, 2021.

### 1.1.1.2 Des formations collectives complémentaires

En complément de l'accompagnement individuel qui constitue le cœur des services qu'elles proposent, Osez Entreprendre et la Miel mettent en place des temps collectifs visant à informer, renforcer les compétences, et mettre en réseau les entrepreneurs qu'elles suivent. En 2018, les acteurs d'Osez Entreprendre ont organisé 5 ateliers thématiques<sup>125</sup>, un atelier intitulé la « *team* Osez Entreprendre » qui s'adresse aux entrepreneurs ayant déjà créé légalement et qui rencontrent des difficultés particulières sur la communication numérique ou sur la prospection de nouveaux clients, et un événement d'une journée consacré à l'entrepreneuriat féminin intitulé « Créa au féminin ». Si ce dernier a été renforcé sur l'année 2019 en se déroulant sur trois demi-journées, les ateliers thématiques et la *team* Osez Entreprendre ont pris fin faute de public suffisant alors qu'ils existaient depuis plusieurs années. Le peu d'offres d'accompagnement collectif propres à Osez Entreprendre est compensé par l'accès des entrepreneurs aux accompagnements collectifs de la BGE et de l'Ouvre-Boite 44 qui sont menés hors du dispositif. Les entrepreneurs suivis par Osez Entreprendre peuvent s'inscrire

<sup>125</sup> Par exemple sur les spécificités des métiers en BTP.

aux formations « booster mon projet », « réussir mon projet », ou « booster et valider mon projet » accessibles à l'ensemble des entrepreneurs de Loire-Atlantique suivis par la BGE. De façon analogue, les entrepreneurs financés par l'Adie dans le cadre d'Osez Entreprendre peuvent assister aux formations collectives mensuelles de la structure qui sont thématiques autour du développement commercial, de la démarche administrative, ou encore de l'utilisation de Facebook.

La Miel a quant à elle organisé 51 journées de formation collective en 2018. Ces formations sont animées par les salariés de la structure, par des formateurs extérieurs, ou par un expert lorsqu'il s'agit d'un événement ponctuel. Plusieurs types d'atelier collectif sont proposés. Les « étapes de la création » sont des réunions d'information collective bimensuelles abordant succinctement les enjeux de l'entrepreneuriat auprès des nouveaux venus. Les « matinales de l'info » sont constituées de quatre demi-journées réparties sur une semaine traitant du statut juridique, de la fiscalité, des charges sociales, et des risques de l'entreprise. Les ateliers thématiques sont des formations d'une demi-journée à deux journées qui abordent plus profondément un sujet : l'étude de marché et la stratégie commerciale, le financement et le prévisionnel financier, la prospection commerciale, la communication et le webmarketing, le pitch, ou encore le profil de l'entrepreneur. Les « rendez-vous de l'expert » sont des moments d'information et de mise en réseau qui s'adressent aux entrepreneurs ayant déjà créé leur activité et qui se déroulent de 18h à 20h. Un expert intervient sur des sujets d'actualité tels que la création d'un site internet, le référencement sur Google, ou le développement d'une communauté sur les réseaux sociaux. Des moments dédiés aux femmes entrepreneuses de 18h à 20h existent aussi de manière ponctuelle depuis 2018. Une entrepreneuse établie témoigne devant des participantes qui échangent leurs expériences. Enfin, des temps de formation collective concernant l'ESS ainsi que des « déjeuners de managers » se sont tenus en 2018. La participation y étant relativement faible, ils ont été annulés ou réduits en 2019.

### 1.1.1.3 Des accompagnateurs aux profils variés

Les profils et les actions des formateurs rencontrés sont variés. A la Miel, l'accompagnement est porté par 5 conseillers dont un gère spécifiquement la Pépinière de la Courneuve. Les quatre autres conseillers proposent un accompagnement généraliste bien que l'un d'eux ait aussi pour mission d'accompagner les projets d'ESS et un autre d'accompagner les dirigeants d'entreprise de plus d'un an d'existence. Du côté d'Osez Entreprendre, l'accompagnement est porté par 6 conseillers dont quatre sont des référents de la BGE et deux sont des référentes de

l'Ouvre-Boîte 44. Des conseillers spécialisés dans le financement sont aussi présents, à savoir deux référents de l'Adie et un référent de France Active. Le tableau ci-dessous dresse un rapide portrait de ces conseillers. Du fait d'un turn-over important, des informations manquent. Pendant les dix-huit mois de l'enquête, 4 des 5 conseillers de la Miel ont démissionné et ont été remplacés. A Osez Entreprendre, les conseillers référents des maisons de l'emploi, de France Active, de l'Ouvre-Boîte 44, et l'un des deux de l'Adie ont été remplacés pour différents motifs<sup>126</sup>. L'un des référents de la BGE est parti en fin d'année 2018 et a été remplacé par deux demi-postes, une autre est arrivée à Osez Entreprendre au début de l'année 2018 et continue d'y travailler.

Fonction du conseiller	Structure d'appartenance	Durée dans la structure / le dispositif	Emploi antérieur	Formation	Caractéristiques sociales <sup>127</sup>	Ancrage territorial
Conseillère en création et développement	La Miel	De 2006 à mars 2019	Assistante de gestion à la Miel (2006)	Formation à l'accompagnement en interne (2009)	Femme noire entre 35 et 40 ans	Originaire de Seine-Saint-Denis.
Conseiller en création et développement	La Miel	De 2012 à aujourd'hui	Conseiller à la création d'activité dans une maison de l'emploi parisienne		Homme blanc d'environ 40 ans.	
Conseiller en création et développement avec une mission ESS	La Miel	De mai 2017 à mars 2019	Stratégies en entreprise, en CAE et en ONG au Sénégal	École de commerce avec master en entrepreneuriat et innovation sociale	Homme blanc d'environ 30 ans.	
Conseiller en création et développement avec une mission TPE de plus d'un an	La Miel	De novembre 2017 à avril 2019	Stages en entreprise et dans des start-ups, création d'entreprise	École de commerce et master universitaire en communication	Homme d'origine maghrébine d'environ 30 ans	Originaire de Marseille, arrivé à Paris en 2012.
Conseillère en accompagnement	BGE depuis 2008	Ancienne	Administratrice de compagnie culturelle	Formation en gestion de projets culturels, puis reprise d'études en accompagnement à la création d'activité	Femme blanche d'environ 40 ans	Originaire de l'agglomération nantaise, a vécu quelques années sur Paris.
Conseillère en	BGE	De 2015 à	Conseillère à		Femme	

126 Il s'agit de mutation interne à la structure, de changement d'emploi, de congés maladie, ou de congés maternité.

127 Les informations concernant la couleur de peau et le parcours résidentiel des conseillers visent à appréhender la diversité de leurs origines et à constater si ces dernières correspondent à celles des personnes accompagnées afin de comprendre la distance ou la proximité qui peut exister dans leurs relations d'accompagnement.

Fonction du conseiller	Structure d'appartenance	Durée dans la structure / le dispositif	Emploi antérieur	Formation	Caractéristiques sociales	Ancrage territorial
accompagnement	depuis 2015	aujourd'hui	l'Adie pendant 3 ans		d'origine asiatique de 35 ans.	
Conseillère en accompagnement	Ouvre-Boite 44	De 2013 à 2017	Emploi dans les finances solidaires, dans le commerce équitable, puis à la CRESS <sup>128</sup>	Master en ESS	Femme	A vécu à Rennes, en région parisienne, en Vendée, puis à Nantes.
Conseillère en accompagnement	Ouvre-Boite (a rejoint une première coopérative en 2011)	De 2017 à aujourd'hui (en congés maladie durant l'enquête)	Analyste financière dans une société en bourse, puis intègre des coopératives		Femme blanche de plus de 45 ans.	
Conseillère en accompagnement	Ouvre-Boite 44 depuis la fin d'année 2018	De la fin d'année 2018 à juillet 2019 (congés maternité)	Emploi au Maroc sur l'accès aux soins, emploi en CAE	Licence de sociologie, master en ESS	Femme blanche entre 30 et 35 ans	Originaire de Lille, a vécu en Mayenne, est arrivée à Nantes en fin d'année 2018.
Conseillère en financement	Adie depuis 2017	De mars 2019 à aujourd'hui	Conseillère en accompagnement dans un cabinet privé		Femme blanche d'environ 30 ans	Arrivée à Nantes il y a 9 ans, dans les quartiers de Chantenay, de Bellevue, puis de Zola.
Conseiller en financement	France Active depuis 2019	De septembre 2019 à aujourd'hui	Pas d'expérience professionnelle antérieure	École de commerce	Homme blanc entre 25 et 30 ans	Originaire de Lille, arrivé à Nantes en septembre 2019
Accueil des entrepreneurs	Maison de l'emploi depuis la fin d'année 2018	De novembre 2018 à aujourd'hui	Accompagnatrice de projets sociaux et culturels en QPV	Formation en gestion de projet culturel	Femme	Originaire de Caen, arrivée à Nantes en 2012.

Tableau 5: Les profils diversifiés des conseillers rencontrés

Réalisation : Loréna Clément, 2021.

128 Les chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS) sont des associations présentes à l'échelle régionale qui rassemblent les unions, les fédérations, et les grandes entreprises de l'ESS.

Le tableau montre la variété des parcours professionnels et universitaires des conseillers rencontrés. Certains sont issus du monde de l'entrepreneuriat et du commerce, d'autres sont spécialisés dans l'ESS, d'autres encore viennent du champ social ou de la culture. Leur origine géographique est également diverse, révélant une mobilité forte et un ancrage local moins marqué pour certains d'entre eux. Les conseillers les plus jeunes ont une petite trentaine d'années et les plus âgés ont autour de 45 ans<sup>129</sup>. La diversité des profils professionnels et sociaux des conseillers rencontrés s'explique en partie par le caractère généraliste des structures, bien que chacune détienne des spécificités en termes d'activités suivies. En outre, le métier de conseiller à l'entrepreneuriat est récent. Jusqu'à peu, il n'existait pas de formation professionnelle dédiée. Son cadre de références n'est encore pas stabilisé.

Les conseillers salariés ne sont pas les seuls personnels sur lesquels reposent les structures étudiées. A la Miel, leur travail est soutenu par trois salariés administratifs, une stagiaire en communication qui change tous les six mois, et une directrice qui gère l'ensemble. A l'accompagnement proposé par les conseillers s'ajoutent les prestations d'acteurs extérieurs : 12 experts en charge de formations collectives, 10 experts bénévoles en charge de permanences juridiques et comptables mensuelles, et 19 experts en charge des rendez-vous de l'expert sont intervenus dans la structure en 2018. Comme pour les conseillers, leurs parcours scolaires et professionnels sont variés. Ils seront détaillés au long des chapitres lorsque leur cas sera évoqué. Des acteurs extérieurs interviennent aussi à Osez Entreprendre mais beaucoup moins fréquemment. Le dispositif n'ayant pas d'existence juridique propre, il ne possède ni directeur ni personnel administratif. Une conseillère de la BGE est en charge de sa coordination.

Cette description générale des modalités d'accompagnement à la Miel et à Osez Entreprendre illustre la prépondérance de l'accompagnement individuel. Son format standard est contrebalancé par des actions propres à chaque structure et à chaque conseiller. Cette diversité fait écho à la diversité du public accueilli.

---

129 Il serait intéressant de comparer ces profils à ceux de conseillers agissant dans les mêmes structures mais dans d'autres territoires, ainsi qu'à ceux de conseillers agissant dans des types de structure différents comme des incubateurs, pour déterminer s'il existe une spécificité des accompagnateurs à l'entrepreneuriat en QPV. Malheureusement, je n'ai pas entrepris cet examen de la littérature scientifique en concentrant davantage mes efforts sur les profils des entrepreneurs.

### *1.1.2 Un accompagnement ouvert à toute personne motivée*

La diversité des profils suivis par la Miel et par Osez Entreprendre découle d'un accueil ouvert au plus grand nombre. Dans ces structures d'accompagnement, il n'existe pas de critère d'adhésion si ce n'est la motivation de l'individu à porter son projet. L'accompagnement proposé par la Miel et par Osez Entreprendre consiste à aider toute personne implantée dans leur périmètre spatial à créer et/ou à développer son entreprise malgré les difficultés qu'elle rencontre. Dans ce cadre, deux critères définissent la possibilité d'être accompagné : être motivé d'abord, avoir un projet d'activité clair ensuite. Les personnes sans idée précise qui souhaitent créer une activité dans l'objectif unique d'avoir un emploi sont donc refusées. Pour les autres, peu importe le type de projet envisagé. Qu'il soit traditionnel ou original, seule compte la structuration du modèle économique pour sécuriser la situation de l'entrepreneur. Cependant, le porteur d'un projet d'envergure est généralement réorienté par la Miel et par les conseillers d'Osez Entreprendre vers une structure d'accompagnement jugée plus adéquate qui privilégie la recherche de croissance économique à la recherche de sécurité et qui propose des formations et des contacts en ce sens. Ce cas de figure est néanmoins rare. Ainsi, les deux figures communes de l'entrepreneur, c'est-à-dire l'entrepreneur d'opportunité à fort potentiel de développement et l'entrepreneur seulement motivé par la contrainte, sont absentes des terrains d'étude.

D'après les propos des conseillers, la motivation représente le critère fondamental pour être accompagné. La création et le développement d'activité requièrent un lourd investissement de la part de l'entrepreneur. Ils demandent du temps et des sacrifices qui nécessitent que celui-ci soit porté par des motivations fortes. S'appuyant sur leurs expériences antérieures, les conseillers rencontrés affirment de manière unanime qu'une création d'entreprise motivée uniquement par la nécessité ne peut pas aboutir. Ils n'incitent donc pas les personnes à entreprendre si ces dernières n'en ont pas émis le souhait au préalable. Si les conseillers les informent de l'existence de dispositifs de soutien à la création d'activité, ils n'ont pas vocation à les pousser à créer. Une conseillère d'Osez Entreprendre déclare en entretien (janvier 2019) : « Au premier accueil, on sent que la personne déjà se pose pas mal de questions. Là, on ne lui force pas la main. On va lui dire : « On a ce premier RDV, c'était pour vous aider à faire un diagnostic sur où vous en êtes, ce que vous voulez faire, ce qu'il vous reste à faire. Je vous laisse mes coordonnées pour revenir vers moi ». Et là, on les laisse revenir vers nous s'ils sont

prêts, quoi. Mais en l'occurrence, si, à la fin du RDV d'accueil, ils ne sont pas prêts à engager un accompagnement, on ne fait pas de forcing. Je ne les relance pas, par exemple. Parce que s'ils sont vraiment motivés pour être accompagnés, ont vraiment travaillé sur leur projet, je constate que c'est à eux de revenir vers nous ». Dans la même veine, un conseiller de la Miel considère le premier contact avec l'entrepreneur potentiel comme déterminant : « Des fois, tu oses et tu viens. Et le projet ne va pas, ou la personne en face ne va pas. Et en fait, elle n'est pas faite pour l'entrepreneuriat. Mais on veut absolument recevoir tout le monde. Même si après le premier rendez-vous, il y a 50 % des personnes qui repartent parce qu'ils s'aperçoivent que ce n'est pas pour eux. C'est un projet, une idée, mais ce n'est pas prêt à être entrepreneur » (mai 2018).

Cette posture commune aux conseillers enquêtés explique que le nombre de personnes accueillies par les structures étudiées soit supérieur à celui de personnes accompagnées. D'après leurs rapports d'activité, 41 % et 65 % des personnes accueillies respectivement à la Miel et à Osez Entreprendre ont été accompagnées en 2018 : 173 des 419 porteurs de projet accueillis à la Miel ont été accompagnés, et 86 des 133 porteurs de projet accueillis à Osez Entreprendre ont été accompagnés. Ce pourcentage est à la baisse : 58 % des accueils aboutissaient à un accompagnement à la Miel en 2016, et 78 % à Osez Entreprendre en 2017. Cette baisse s'explique par une plus forte sélection des projets par les conseillers. Entre 2016 et 2018, la Miel a accompagné moins de personnes alors qu'elle en a accueilli plus. Le nombre d'accompagnement a diminué de 3 % tandis que le nombre de personnes accueillies a augmenté de 12 %<sup>130</sup>. Entre 2017 et 2018, le nombre d'accompagnement a aussi diminué à Osez Entreprendre en passant de 109 à 86, ce qui constitue une baisse de 21 % alors que l'accueil n'a quant à lui diminué que de 5 % sur cette période. L'ensemble des conseillers rencontrés distingue ainsi la fonction d'accompagnement de la fonction de sensibilisation qui diffère elle-même de la fonction d'incitation. Les structures étudiées délèguent la fonction de sensibilisation aux acteurs de l'emploi et de l'insertion qui informent et orientent les personnes intéressées vers la Miel ou vers Osez Entreprendre. Pôle Emploi et la Maison de l'emploi représentent respectivement leurs premiers prescripteurs. Les conseillers forment toutefois ces partenaires à la démarche entrepreneuriale pour qu'ils puissent l'expliquer aux personnes qu'ils accueillent. Par exemple, les acteurs d'Osez Entreprendre organisent chaque année deux formations collectives intitulées « Vis ma vie d'entrepreneur » à destination des acteurs institutionnels de l'emploi. A travers des exercices ludiques, les conseillers acculturent leurs

---

130 La Miel a accueilli 723 personnes et accompagné 173 porteurs de projet en 2018 alors qu'elle en a accueilli 647 et accompagné 178 en 2016.

collègues à l'étude de marché, à la définition d'une clientèle, ou à encore la construction d'un modèle économique.

Les structures étudiées acceptent en principe tous les niveaux d'acculturation à l'entrepreneuriat, d'où la diversité des publics suivis en termes de capital culturel et professionnel. Le processus d'accompagnement vise justement à leur apporter les compétences nécessaires. C'est ce qu'illustrent les propos d'une conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 (octobre 2018) : « Il faut des compétences qui peuvent s'acquérir et l'accompagnement est fait pour ça. Pour se rassurer quand ça ne va pas ». Cette posture complique le travail des conseillers qui doivent s'adapter à la variété des besoins, en mêlant du vocabulaire basique à du vocabulaire technique lors des séances de formation collective. Bien que la conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 soit ouverte à la diversité des profils entrepreneuriaux, elle n'en remet pas moins en cause le postulat d'une démarche entrepreneuriale accessible à tout individu volontaire : « Mais ce n'est absolument pas adapté pour tout le monde. C'est pour ça qu'à mon sens, on se plante complètement. Et on envoie les gens dans le mur. [...] Parce que les politiques publiques poussent vers ça ». L'accompagnement permet d'apporter des compétences entrepreneuriales mais il ne permet pas d'améliorer la situation socio-économique précaire de certains individus. La fragilité initiale de leur situation est à prendre en compte pour déterminer la pertinence à commencer un parcours d'accompagnement. Cette posture est partagée par une chargée de mission oeuvrant à la création d'entreprises à Plaine Commune qui était auparavant accompagnatrice en incubateur (juillet 2019) : « Et tout le monde n'est pas fait pour être entrepreneur. On le sait, je ne fais qu'enfoncer une porte ouverte. Mais c'est tellement vrai que les politiques qui, effectivement, vantent les mérites de la création d'entreprises pour faire fi du chômage, ça vend du rêve. Et malheureusement, peut-être que des personnes en QPV se disent : « Peut-être, oui, je vais me lancer là-dedans, parce que ça fait trop longtemps que je suis au chômage. Au secours, je vais créer mon propre emploi parce que je ne trouve pas d'autre emploi à côté ». Voilà. Certaines personnes y arrivent parce qu'elles ont l'âme entrepreneuriale et d'autres n'y arrivent pas pour x raisons ».

Unanimes dans leur opposition à un entrepreneuriat pour tous, les acteurs publics locaux rencontrés ne demeurent pas moins ouverts à toutes les personnes motivées quelles que soient leurs ressources entrepreneuriales initiales car les structures d'accompagnement étudiées ont pour but de leur en apporter.

### 1.1.3 *Un accompagnement centré sur l'acquisition de ressources*

#### 1.1.3.1 Les compétences au coeur de l'accompagnement

La Miel et Osez Entreprendre s'appuient sur une approche de l'accompagnement fondée sur la notion de compétences<sup>131</sup>. Cible de nombreux débats qui interrogent les transformations du monde du travail, cette notion constitue un objet important des recherches en entrepreneuriat. Elle est généralement définie comme « la capacité qu'a un individu à combiner différentes ressources afin de mener à bien ses actions dans les situations rencontrées » (Glémain, Bioteau, 2015, p.84). Les chercheurs l'appréhendent principalement sous deux angles : les compétences entrepreneuriales détenues par le créateur d'entreprise et les processus d'apprentissage qui permettent de les acquérir. Diverses typologies de compétences ont été élaborées, que des universitaires recensent pour fonder leurs propre piste de recherche (Lorrain et al., 1998 ; Charles-Pauvers et al., 2004 ; Laviolette, Loue, 2006). Je ne les énumère pas ici, mais je reprends un découpage des compétences en trois formes : les aptitudes, les habiletés, et les connaissances. Les aptitudes sont les capacités potentielles qui influencent l'apprentissage ; les habiletés sont les capacités effectives pour exécuter une tâche apprise à partir des aptitudes ; les connaissances sont les habiletés fondées sur la possession d'informations. Ces dernières sont également divisables. Les connaissances du comment se réfèrent aux qualifications utiles à l'exercice d'une activité, les connaissances du pourquoi se réfèrent aux valeurs portées par l'entrepreneur, et les connaissances avec se réfèrent aux relations sociales susceptibles d'apporter des opportunités économiques.

Dans ce cadre, l'accompagnant augmenterait le capital cognitif et social de la personne accompagnée en l'informant, l'orientant, et en l'insérant dans des réseaux. Par ces actions, il favoriserait la pérennité de l'entreprise. D'après une étude menée en 2013 en France auprès de 4 200 entrepreneurs par la CDC, le Bureau international du travail, et le Commissariat général à la stratégie et à la prospective, 75 % des entreprises accompagnées survivent au bout de 3 ans de création contre 66 % pour les entreprises sans accompagnement<sup>132</sup> (CGET, 2017).

Bien que les conseillers enquêtés ne reprennent pas telles quelles les typologies de compétences des travaux universitaires, ils sont influencés par ces paradigmes qui irriguent

---

131 Les compétences constituent un objectif partagé qui permet de définir un cadre commun au métier d'accompagnateur alors que sa légitimité est encore en construction.

132 S'il peut sembler réduit, cet écart n'en demeure pas moins un argument employé fréquemment par les acteurs publics qui soutiennent la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité pour justifier cette dernière.

leur formation et leur réseau professionnel. Leur accompagnement vise à apporter différentes compétences aux entrepreneurs. D'après les propos tenus en entretien par les conseillers et par les personnes accompagnées, l'acquisition des connaissances du comment constitue la principale motivation des entrepreneurs à se faire accompagner. Ces derniers cherchent avant tout à apprendre des informations techniques et fonctionnelles sur l'entreprise. Ces informations relèvent de trois domaines de compétence : les compétences marketing et commerciales, les compétences en gestion des ressources humaines, et les compétences en gestion financière. Osez Entreprendre et la Miel offrent des formations collectives sur ces thèmes. Par ailleurs, les conseillers les abordent en entretien individuel en fonction des besoins de l'entrepreneur accompagné. Ceux-ci sont variables, les entrepreneurs enquêtés citant aussi bien l'aspect administratif que l'étude de marché, la communication, le modèle économique, le ciblage de la clientèle, la comptabilité, ou le statut de l'entreprise.

### 1.1.3.2 L'enjeu de renforcer une posture réflexive

En complément des connaissances du comment, l'accompagnement individuel offre à l'entrepreneur l'occasion de réfléchir à son projet économique. D'après les conseillers et les entrepreneurs enquêtés, les entretiens individuels permettent de « structurer » et de « recadrer » le projet car ils apportent à l'accompagné le regard extérieur de l'accompagnant. Ce dernier oblige l'entrepreneur à clarifier à voix haute des idées souvent confuses. Un entrepreneur enquêté déclare : « Ce n'est pas juste de la compétence sur l'accompagnement. En fait, c'est aussi de pouvoir s'interroger soi-même, mais avec une autre personne » (février 2019). Les propos des conseillers vont également dans ce sens. Un conseiller de la Miel décrit sa fonction : « Souvent, on essaye de les amener, enfin, de les questionner, pour voir ce qu'ils répondent, et on essaye de jouer un peu le rôle de miroir. Qu'ils se rendent compte d'eux-mêmes » (avril 2018). Les recherches en accompagnement entrepreneurial se penchent de plus en plus sur l'apport réflexif du processus (Schmitt, Ndjambou, 2016). Il s'agit de penser la relation accompagnant-accompagné non plus de manière descendante par la transmission d'informations dans une logique réparatrice, mais à travers le dialogue selon un processus de co-construction qui autonomiserait la personne accompagnée. Le conseiller serait un facilitateur jouant un rôle maïeutique, un miroir qui met en lumière les intentions de l'entrepreneur accompagné afin de l'aider à construire son projet personnel.

### 1.1.3.3 L'enjeu d'ouvrir le réseau

En plus d'apporter des informations techniques et de la réflexion sur la posture entrepreneuriale, les structures d'accompagnement étudiées cherchent à renforcer les connaissances avec de la personne suivie, c'est-à-dire son réseau professionnel. La mise en réseau est un élément structurant les discours des acteurs institutionnels qui soutiennent la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité, aussi bien à l'échelle nationale qu'aux échelles locales. La sociologie économique portée par Granovetter dans les années 1980 a rendu incontournable la notion d'encastrement pour comprendre la croissance d'une entreprise (Granovetter, 1974). La pérennité de celle-ci ne dépend pas seulement de l'individu qui la porte mais de la force de l'ensemble de son réseau personnel, professionnel, et institutionnel. Tandis que le démarrage de l'entreprise repose généralement sur les liens forts de l'entrepreneur, c'est-à-dire ses réseaux familiaux et amicaux, le développement de l'activité est conditionné à sa capacité à renforcer ses liens faibles, c'est-à-dire les réseaux professionnels situés en dehors de sa sphère intime. Ceux-ci lui ouvrent des opportunités d'affaires. Ces résultats sont parvenus aux acteurs publics qui les ont intégrés dans leurs politiques de développement économique. Dans les documents qu'elles diffusent, les administrations centrales qui portent le soutien à l'entrepreneuriat en QPV mettent en valeur l'enjeu de renforcer l'intégration des entrepreneurs des QPV aux réseaux institutionnels d'acteurs économiques alors que ces quartiers en sont relativement dépourvus (BPI France et al., 2020 ; CGET, ONPV, 2019 ; CGET, CDC, 2016). En accord avec le constat des acteurs publics, l'enquête de terrain montre que la construction du réseau professionnel constitue l'un des enjeux auxquels font face les entrepreneurs au moment du montage de leur projet. Par exemple, 8 des 12 entrepreneurs enquêtés accompagnés par Osez Entreprendre ont cité cette étape lorsque je les questionnais sur l'avancée de leur démarche.

Dans ce cadre, les conseillers rencontrés proposent des mises en réseau aux personnes qu'ils suivent afin que ces dernières développent des liens faibles qui sont plus bénéfiques que leurs liens forts pour augmenter leurs opportunités économiques et développer leur activité. Les conseillers jouent ainsi un rôle de passerelle entre les porteurs de projet et les acteurs de l'entrepreneuriat. Les structures d'accompagnement étudiées constituent des portes d'entrée dans le monde économique institutionnalisé. Pendant l'entretien individuel, le conseiller propose en effet des contacts à la personne qu'il suit : un réseau de financement ou une banque, une agence de communication, un propriétaire qui loue un local, etc. Il cite

généralement le nom de ses partenaires territoriaux avec lesquels il constitue un collectif d'acteurs institutionnels de l'accompagnement à la création et au développement d'activité. Ces regroupements locaux d'acteurs de l'accompagnement stricto-sensu, du financement, de l'hébergement, et de la sensibilisation sont relativement anciens. Chez Osez Entreprendre, ils remontent à la création en 2005 par Nantes Métropole du service de proximité de l'accompagnement dans les QPV. Chez la Miel, ils remontent à la création en 2011 par Plaine Commune du Citélab et d'un numéro téléphonique unique dédié à l'accompagnement. Le parcours fléché mis en place depuis plusieurs années par Plaine Commune regroupe le Citélab pour la sensibilisation, la Miel pour l'accompagnement en plus de la CCI et de la CMA, Initiative Plaine Commune<sup>133</sup>, l'Adie, et Garances<sup>134</sup> pour le financement, Plaine Coworking<sup>135</sup>, la Pépinière et Incub'13<sup>136</sup> pour l'hébergement. Les conseillers rencontrés orientent les entrepreneurs vers ces structures. Ils les mettent aussi en relation avec l'École supérieure de communication et de publicité (Iscom) qui leur offre de participer à son université solidaire de la communication pendant deux jours et qui leur propose ses étudiants comme stagiaires en communication pour une période de six mois. Le schéma ci-dessous donne à voir ce collectif institutionnel local des acteurs de l'accompagnement à la création et au développement d'activité.

---

133 Membre du réseau Initiative France, l'un des plus gros acteurs du financement de projets d'entreprise en France. Pour plus d'informations, se référer au glossaire en annexe 4.

134 Membre du réseau France Active, Garances est surtout positionné sur le financement de projets d'ESS.

135 Cet espace héberge jusqu'à 60 personnes en poste de coworking. Il dispose également de 5 bureaux fermés, de 3 salles de réunion, d'espaces de restauration et de détente communs.

136 Incubateur situé dans l'Université Paris 13 à Villetaneuse.

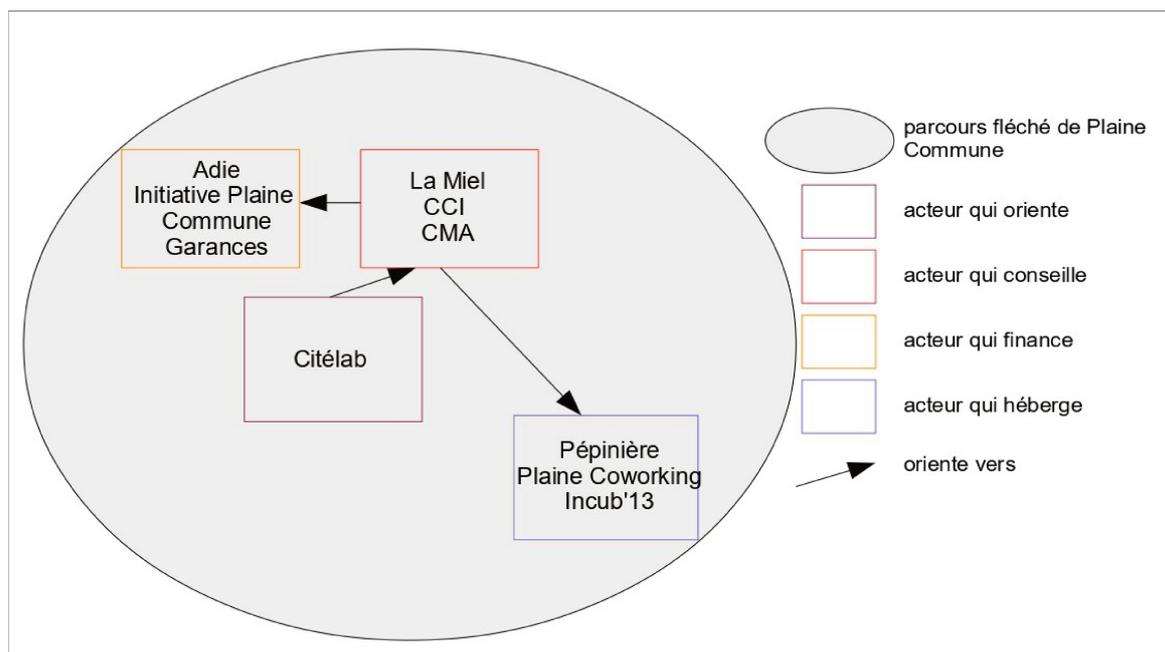


Illustration 29: Les acteurs de l'accompagnement étendu à la Miel

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Le dispositif Osez Entreprendre est quant à lui constitué à partir d'un collectif qui ne possède pas d'acteur de l'hébergement en son sein. Les conseillers de la BGE et de l'Ouvre-boîte 44 orientent les entrepreneurs vers l'Adie ou vers France Active Loire-Atlantique quand il s'agit de financement. Quand il s'agit d'hébergement, ils proposent les espaces de travail de leurs partenaires informels tels que les espaces de cuisine partagée de l'Incubateur et de Coopworking<sup>137</sup> ou ceux de leurs financeurs tels que les CAQ ouverts en 2019 dans les QPV de Nantes Nord et du Sillon sur l'initiative de Nantes Métropole. D'ailleurs, les acteurs d'Osez Entreprendre y organisent ponctuellement des temps de formation. Le schéma ci-dessous donne à voir ce collectif institutionnel local vers lequel sont orientés les entrepreneurs.

<sup>137</sup> L'Incubateur est un restaurant associatif qui met sa cuisine à disposition de traiteurs en cours de développement. Coopworking est un espace de travail partagé dédié aux activités culinaires situé à Saint-Herblain. Le chapitre suivant présente plus en détails ces structures.

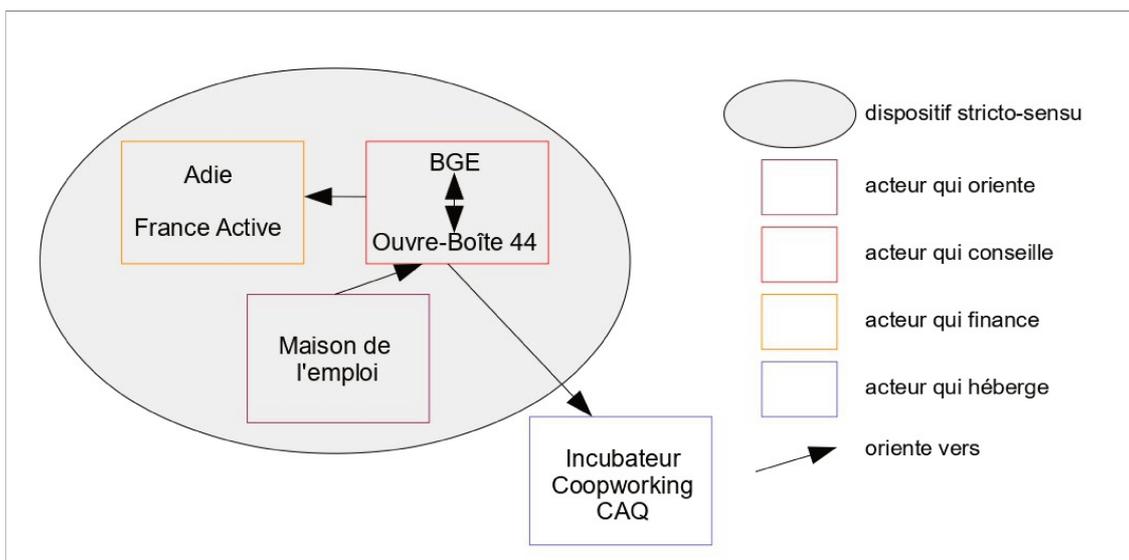


Illustration 30: Les acteurs de l'accompagnement étendu d'Osez Entreprendre

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

En plus d'être mis en contact avec les partenaires institutionnels des structures d'accompagnement, les entrepreneurs suivis rencontrent leurs pairs lors des accompagnements collectifs. Ces derniers représentent des sources d'informations qui peuvent favoriser des opportunités économiques. L'un des entrepreneurs enquêtés a déclaré : « ce qui est le plus important lorsqu'on a des formations à la Miel, c'est les personnes qu'on rencontre » (mai 2019). L'acquisition d'informations techniques n'est alors plus qu'une motivation secondaire à être accompagné. Les entrepreneurs enquêtés reconnaissent l'apport de la Miel ou d'Osez Entreprendre dans l'accroissement de leur réseau professionnel. L'exemple détaillé ci-dessous d'une entrepreneuse suivie par la Miel met en valeur le rôle de l'accompagnement dans la formation de liens faibles qui favorisent le développement de l'activité.

*« Toutes ces opportunités sont arrivées via, si on regarde la source, c'est via la Miel, finalement » (octobre 2019)*

Une entrepreneuse gère un site internet de mise en réseau d'entrepreneurs et donne des conférences sur l'entrepreneuriat. Âgée de 33 ans, française, diplômée d'un master en communication et d'une formation spécialisée en marketing émotionnel et en intelligence relationnelle, elle a créé sa micro-entreprise en 2015. Celle-ci a démarré en s'appuyant essentiellement sur les liens forts de l'entrepreneuse. Ses parents et ses amis, dont certains sont des entrepreneurs informels, la conseillent et la soutiennent. Développeur web, son mari construit son site internet. Après trois années à se débrouiller avec l'aide de son cercle social personnel, elle rejoint la Miel en janvier 2018. Les premiers temps, l'entrepreneuse s'entretient avec son conseiller de manière hebdomadaire en présentiel ou par téléphone. Ils travaillent essentiellement sur le ciblage de sa clientèle et sur son modèle économique pour

que son activité devienne rémunératrice. Durant ces rendez-vous individuels, le conseiller l'oriente vers des concours et des programmes. Sur son conseil, elle postule au programme Entrepreneurs dans la ville dont elle est lauréate. Porté par l'École de Management (EM) de Lyon et l'association Sport dans la ville, ce programme lui permet de rejoindre un incubateur qui propose un accompagnement renforcé et un hébergement partagé. Elle le débute en février 2019. En parallèle de l'accompagnement individuel de la Miel, l'entrepreneuse assiste à une dizaine de rendez-vous de l'expert. Si elle n'a pas le temps de participer aux formations collectives se déroulant en journée, elle se libère pour les événements qui commencent à 18h. Il s'agit d'y recueillir de l'information et des contacts professionnels. En échangeant avec un intervenant, elle a récupéré les coordonnées d'un de ses collègues pour donner une conférence à un événement qu'ils organisent ensemble. Bien que les parcours d'accompagnement des autres entrepreneurs suivis par la Miel ne soient pas tous aussi remarquables, celui-ci montre que la structure permet d'accéder à différents réseaux d'acteurs économiques.

L'accompagnement proposé par la Miel et par Osez Entreprendre s'inscrit donc dans les orientations nationales édictées par les acteurs politiques, économiques, et universitaires du champ de l'entrepreneuriat. Il s'agit d'apporter des compétences à la fois techniques, réflexives, et relationnelles comme l'illustre ci-dessous la présentation d'une formation collective.

*Une formation collective en faveur de compétences plurielles (mars 2019)*

J'assiste à une formation collective organisée par la Miel dans la salle de réunion de la Pépinière de la Courneuve. Elle porte sur la communication et s'étend sur deux journées de 9h à 17h30. Je suis présente à la matinée de la deuxième que suivent 8 entrepreneurs. Il s'agit surtout de femmes d'une trentaine d'années. L'intervenant est un homme blanc, d'une quarantaine d'années, diplômé de l'école militaire de Saint-Cyr, lui-même entrepreneur. Il propose des formations sur la communication aux dirigeants d'entreprise et aux écoles de commerce. Il intervient ponctuellement à la Miel depuis plusieurs années après avoir été lui-même accompagné par la Pépinière en 2005 au lancement de son entreprise. Attaché à la structure, il l'est aussi au territoire : il vit à Saint-Denis avec sa famille. La première journée est consacrée à l'identification de soi et de son projet. L'intervenant a fait travailler les entrepreneurs sur leur diagnostic de communication, la différence entre ce qu'ils pensent dire, ce qu'ils disent, et ce qui est compris. La matinée de la deuxième journée est consacrée aux objectifs de la communication. L'intervenant fait travailler les entrepreneurs sur leur cœur de cible de clientèle ainsi que sur leur pitch à travers le choix d'un slogan et d'un logo. L'après-midi est consacrée à l'utilisation des outils de communication. L'intervenant mêle théorie et pratique : il commence par présenter des informations, il continue avec un exercice où chacun travaille individuellement sur son projet, et il finit par une discussion commune autour de chaque résultat personnel obtenu. Les entrepreneurs présents interagissent beaucoup, partagent leurs avis, et n'hésitent pas à demander des explications au formateur lorsque le vocabulaire employé est trop technique. La formation est parsemée de temps d'échanges informels qui favorisent la mise en confiance et la mise en réseau. Avant le

début de la séance, une entrepreneuse de la Pépinière passe dire bonjour aux présents qu'elle connaît déjà. Elle demande à l'une d'eux sa carte de visite de masseuse professionnelle pour contacter une conciergerie d'entreprises de sa part. A 10h50, l'intervenant propose une pause de 20 minutes. Les entrepreneurs en profitent pour tester leurs produits apportés pour l'occasion. L'un d'eux fait sentir et toucher ses mousses au karité et à l'huile d'olive en insistant sur son nouveau packaging<sup>138</sup>. Une autre fait goûter les trois miels qu'elle vend au baobab, au karité, et au moringa<sup>139</sup>. Elle demande notre préférence pour son étude de marché. La masseuse propose aussi ses services. A la pause méridienne, ils déjeunent ensemble dans le réfectoire de la pépinière.

Cette journée renforce les compétences des entrepreneurs en leur apportant de nouvelles connaissances théoriques, en concrétisant leurs produits par des exercices pratiques et par une confrontation à des clients potentiels, en augmentant leur réseau amical et professionnel qui ouvre des opportunités d'affaires. Son atmosphère conviviale où chacun se tutoie participe à son bon déroulement. L'ensemble de ces éléments concourt à légitimer les personnes accompagnées dans leur posture d'entrepreneur.

### *1.1.4 Légitimer l'entrepreneur*

#### *1.1.4.1 Apporter de la confiance en soi*

Connaissances techniques, réflexion stratégique, et mise en réseau visent indirectement à renforcer la confiance des individus pour les légitimer en tant qu'entrepreneurs. Si cet objectif n'est pas explicité en tant que tel dans les documents cadres des structures, il revient systématiquement dans les propos tenus en entretien par les conseillers. Il se réfère à l'aptitude, c'est-à-dire au savoir-être davantage qu'au savoir. Comme l'a expliqué le chapitre précédent, l'individu doit se vendre pour vendre son activité en développant une stratégie de présentation de soi. Or, le sentiment d'être légitime pose problème chez une partie des entrepreneurs rencontrés qui sont socialement dévalorisés. L'accompagnement individuel et collectif vise à leur donner confiance en eux. Des personnes enquêtées ont souligné le soutien psychologique apporté par le conseiller lors des entretiens individuels. Elles le qualifient de « mentor » ou de « coach ». Les formations collectives permettent aussi « d'endosser une armure »<sup>140</sup> en confortant sa posture entrepreneuriale comme l'illustre l'exemple développé précédemment. Les entrepreneurs rencontrent et discutent avec d'autres entrepreneurs qui

---

138 Ce terme anglophone désigne l'emballage extérieur d'un produit.

139 Ce sont des espèces d'arbres et de plantes africaines.

140 Expression recueillie lors d'un entretien avec une entrepreneuse accompagnée par la Miel (mars 2019).

partagent les mêmes difficultés. Cette mise en commun leur permet de relativiser leurs problèmes individuels en comprenant qu'ils ne sont pas liés à leur personne mais à l'entrepreneuriat en général. Par ailleurs, l'Ouvre-Boite 44 a mis en place un atelier dédié à la confiance en soi. Dans ce cadre, les objectifs de l'accompagnement à la création et au développement d'activité comportent des similitudes avec les objectifs de l'accompagnement en action sociale. Ils s'inscrivent dans la recherche d'un *empowerment* individuel dont une définition a été proposée par des chercheurs canadiens en service social (Ninacs, 2008). Appréhendé selon une dimension capacitaire, l'*empowerment* individuel repose sur plusieurs critères : une reconnaissance de son droit à la parole et de l'exercer en public, un développement des compétences en termes de connaissances et d'habiletés, une estime de soi.

#### 1.1.4.2 Formaliser les savoirs entrepreneuriaux

La légitimation entrepreneuriale des personnes accompagnées passe par leur acculturation aux compétences entrepreneuriales telles qu'elles sont définies par les chercheurs en sciences de gestion et par les acteurs politiques et économiques nationaux. Dans les documents publics des administrations nationales et des têtes de réseau de l'accompagnement, les compétences qui dépendent d'un savoir-faire plus que d'une formation institutionnalisée apparaissent comme un obstacle à la pérennité de l'activité économique. Face à l'autodidaxie et aux faibles capitaux scolaires d'une partie des entrepreneurs suivis, les structures d'accompagnement apportent un cadre conceptuel et technique reconnu par les institutions du monde économique. L'accompagnement vise à formaliser leurs pratiques pour qu'ils intègrent les réseaux économiques institutionnels. La régularisation de l'entrepreneuriat informel est un exemple probant. Pendant les entretiens, plusieurs entrepreneurs ont déploré la lourdeur du processus juridique et administratif français. Face à cette complexité qu'ils ne maîtrisent pas, ils commencent par entreprendre de manière informelle. C'est notamment le cas de deux traiteuses rencontrées, l'une accompagnée par la Miel qui propose des plats gourmets africains et l'autre accompagnée par Osez Entreprendre qui vend des apéritifs salés africains. L'informalité est très présente dans l'entrepreneuriat culinaire pour plusieurs raisons. Alors que les règles d'hygiène et de sécurité empêchent toute production légale à domicile, les individus n'ont souvent pas les moyens de louer un local d'activité et cuisinent chez eux. Par ailleurs, la cuisine repose sur un savoir-faire qui permet aux personnes sans diplôme et/ou étrangères de démarrer une activité économique malgré tout. Dans le même temps, cette situation sociale complique leur apprentissage des normes juridiques et administratives

françaises nécessaires à la légalisation de leur activité. Le parcours détaillé ci-dessous de l'une des traiteuses met en valeur son acculturation aux règles à travers l'accompagnement.

*« J'ai fait les démarches à l'envers » (mars 2019)*

L'entrepreneuse de 29 ans est française d'origine sénégalaise, titulaire d'un BTS en communication. Elle a rejoint la BGE en 2016 afin de légaliser l'activité informelle qu'elle mène depuis plusieurs années. Jusqu'alors, elle livrait des beignets africains lors des « fêtes de [s]a communauté », à savoir les baptêmes et les mariages des personnes de culture africaine. Des entrepreneurs qu'elle connaît ont ouvert un restaurant auquel elle fournit ses produits. Du fait de cette opportunité, elle doit désormais s'immatriculer. Elle espère par la suite étendre ses prestations à d'autres restaurants. Sans formation reconnue en cuisine qui « est une petite activité à côté », elle méconnaît les cadres juridiques de l'entrepreneuriat culinaire. Sa conseillère l'informe : « Je ne savais pas qu'il fallait faire les stages préalables à l'installation. L'hygiène alimentaire. Il y a pleins de choses que les conseillères savent, que nous, on ne sait pas, quoi. Tout ce qu'il y a à faire. Après, par exemple, j'ai des étiquettes alimentaires à faire aussi, la conseillère m'a dirigée vers des laboratoires ». Prise par ces multiples tâches, elle crée légalement sa micro-entreprise en décembre 2018, deux ans après avoir commencé l'accompagnement. Dans l'intervalle, elle continue à travailler de manière informelle. Le bouche-à-oreilles fonctionne bien. Sa sœur l'aide pendant l'été qui est la période saisonnière des mariages. Malgré son immatriculation, elle travaille toujours illégalement à domicile. Elle cherche un local au tarif et à la localisation abordables.

Si l'accompagnement permet à la traiteuse d'être reconnue légalement aux yeux de ses partenaires économiques, l'informalité initiale de son entreprise était nécessaire au lancement de son activité. Sans certitude préalable que celle-ci fonctionne, elle n'aurait pas entrepris les lourdes démarches de légalisation. L'écart au règlement sanitaire représente alors un facteur d'opportunité dont certains conseillers enquêtés sont conscients.

#### 1.1.4.3 Introduire dans le réseau d'acteurs institutionnels

La mise en réseau proposée par les conseillers entend consolider leur reconnaissance sociale : la Miel et Osez Entreprendre ouvrent les portes des lieux institutionnels aux entrepreneurs qu'ils accompagnent. L'entrée dans ces lieux symbolise une entrée dans le monde reconnu de l'entrepreneuriat. C'est le cas avec la Maison de la création et de la transmission d'entreprises (MCTE) à Nantes. Créé en 2006, cet établissement est porté par l'Intercommunalité, le département Loire-Atlantique, et la CCI locale. Cette dernière est propriétaire du bâtiment situé dans le centre nantais qui est voisin de son bâtiment principal et de l'école de commerce Audencia. Réparties sur trois étages, les structures d'accompagnement et de financement à la création et au développement d'activité y possèdent des bureaux qui leur permettent d'échanger régulièrement de manière informelle. Parmi les acteurs d'Osez Entreprendre, la

BGE, l'Adie, et France Active y sont installés. Ils côtoient d'autres acteurs institutionnels tels qu'Initiative Loire-Atlantique, le Réseau Entreprendre, ou les Experts-comptables. Des événements et des formations collectives destinés aux entrepreneurs y sont organisés régulièrement par l'ensemble de ces acteurs. Bien que le dispositif Osez Entreprendre n'y soit pas visible en tant que tel, ses conseillers y reçoivent en entretien individuel des entrepreneurs accompagnés dans ce cadre. En plus des rendez-vous dans leurs bureaux respectifs, la BGE et l'Ouvre-boîte 44 organisent des permanences dans les sept maisons de l'emploi implantées dans les QPV de Nantes Métropole. L'Adie tient quant à elle une permanence hebdomadaire dans un local implanté dans le QPV de Bellevue dédié à la formation professionnelle et mis à disposition par le bailleur. La structure de financement a également ouvert en mai 2019 une boutique éphémère dans un local situé à proximité immédiate du centre-ville et de la gare TGV de Nantes.

Dans l'intercommunalité de Plaine Commune, il n'existe pas de tel lieu dédié à l'entrepreneuriat. Tandis qu'Osez Entreprendre ouvre les portes d'établissements économiques, la Miel profite de ses partenariats privilégiés avec les élus locaux pour ouvrir les portes d'établissements politiques et culturels symboliques. En invitant les entrepreneurs dans des hauts lieux de l'économie, de la politique, ou de la culture, la structure d'accompagnement leur montre qu'ils sont légitimes en tant qu'entrepreneur. La position dans l'espace géographique traduit alors une position dans l'espace social. Par exemple, son assemblée générale annuelle s'est déroulée à la mairie de Stains en 2019 ; l'événement fêtant ses 20 ans d'existence s'est tenu aux Archives Nationales à Pierrefitte-sur-Seine ; des rendez-vous de l'expert sont organisés dans les espaces de coworking du siège de la SNCF implanté à la Plaine de Saint-Denis ; des formations collectives sont données dans la salle du conseil municipal de l'Hôtel de ville et dans une salle du musée d'art et d'histoire Paul Eluard de Saint-Denis. Présente à différentes formations, j'ai constaté le sentiment d'admiration et de respect de certains individus envers le lieu où ils se trouvaient. Ce sentiment se traduisait par des exclamations émerveillées, des prises photographiques, ou encore des postures de gêne intimidée.

*Fréquenter des hauts lieux pour légitimer la posture entrepreneuriale*



Illustration 31: Hôtel de ville de Saint-Denis

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2020.*



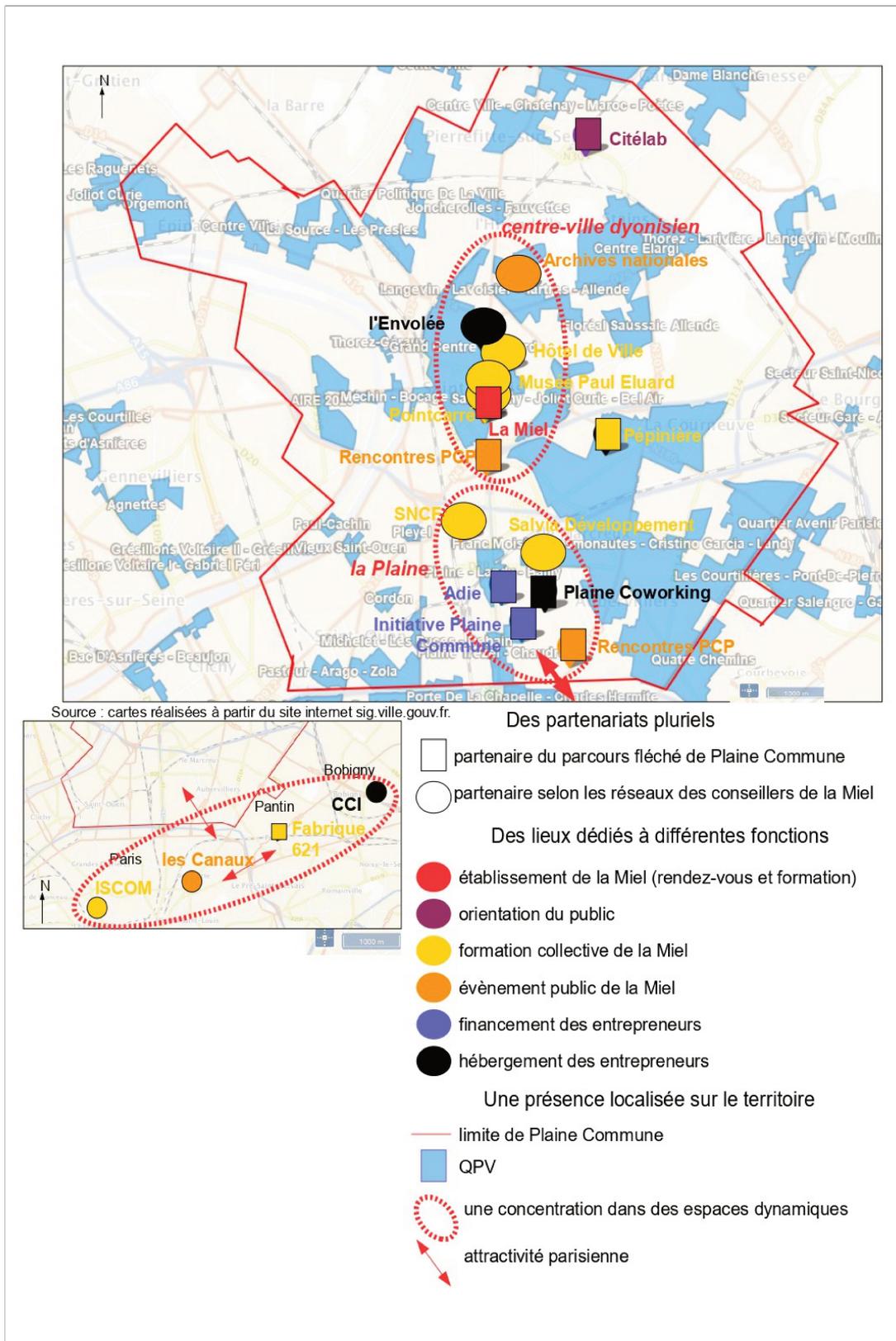
Illustration 32: Musée d'art et d'histoire à Saint-Denis

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2020.*

Le bâtiment majestueux de l'Hôtel de ville côtoie la Basilique sur une place du centre-ville de Saint-Denis. Ancien couvent situé à 5 minutes à pied de la place mentionnée, le musée Paul

Eluard ouvre parfois ses portes aux formations de la Miel. Ces endroits à l'architecture imposante représentent des hauts lieux de la vie politique et culturelle dionysienne. La mise à disposition de tels lieux n'est possible qu'avec l'accord de la Municipalité.

La carte ci-dessous énumère les lieux investis par la Miel qui concourent à légitimer les entrepreneurs qu'elle accompagne.



Carte 3: Légitimer les postures des entrepreneurs de la Miel en rendant accessibles des institutions reconnues

Réalisation : Loréna Clément, OpenOffice Dessin, 2020.

Le schéma suivant reprend l'ensemble des résultats exposés dans cette section qui présente les modalités générales et les objectifs de la relation d'accompagnement proposée à la Miel et à Osez Entreprendre. Ouverte à toute personne motivée, celle-ci est généraliste et fondée sur l'acquisition de compétences individuelles multiples. Elle vise à intégrer les entrepreneurs des QPV aux réseaux et aux règles économiques institutionnelles pour favoriser le développement de leur activité.

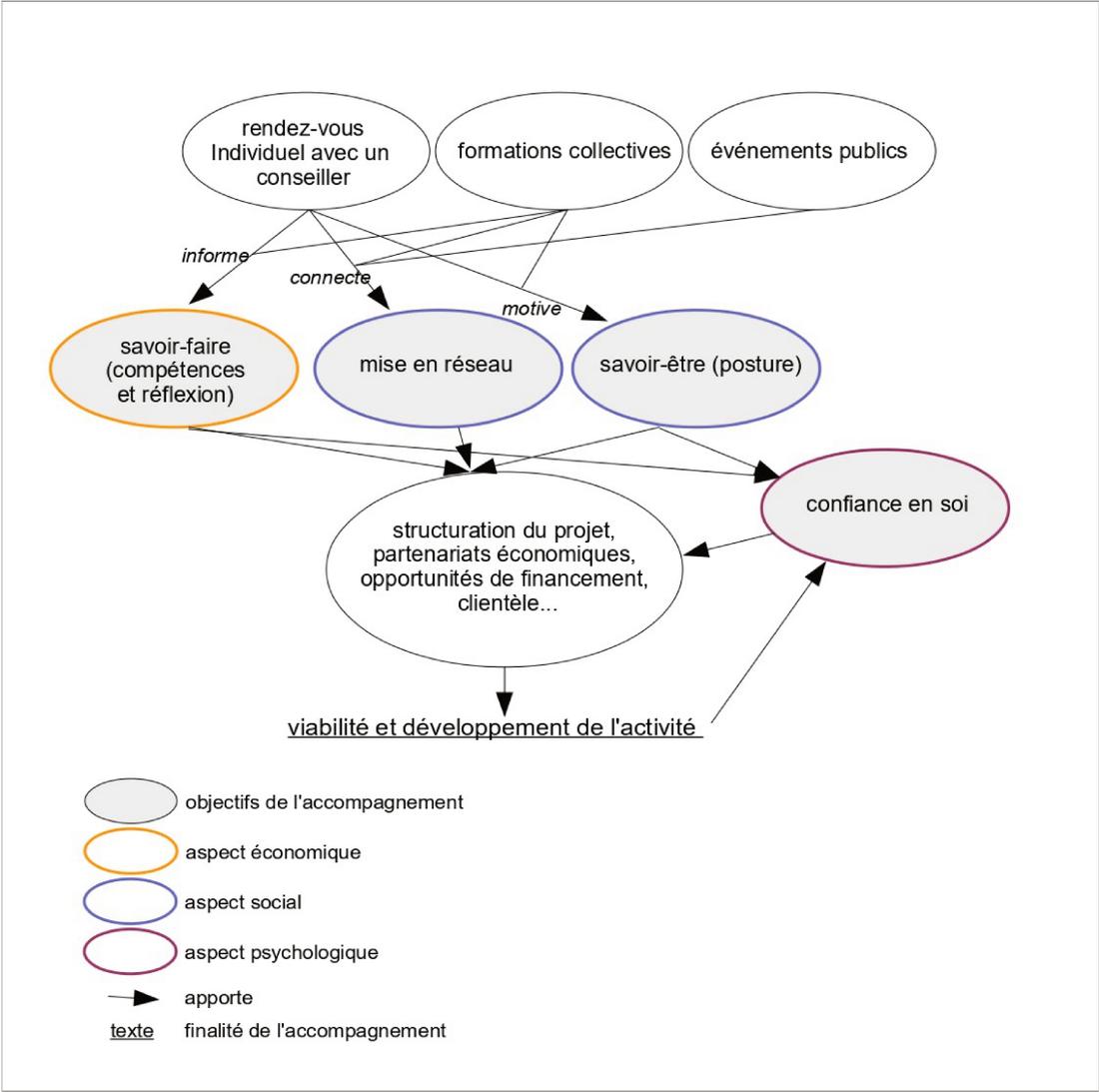


Illustration 33: Les objectifs de la relation d'accompagnement dans les structures étudiées

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Il est maintenant intéressant d'étudier si cet accompagnement généraliste possède des déclinaisons particulières dans les QPV où certains processus sociaux qui entravent l'activité entrepreneuriale sont plus présents qu'ailleurs.

## **1.2 Des ajustements variables au contexte socio-économique des QPV**

### *1.2.1 Un accompagnement qui s'adapte aux besoins des entrepreneurs du territoire*

#### 1.2.1.1 Un ajustement du format : mise en pratique et temporalité

Représentant un coût d'entrée important pour les personnes peu qualifiées et sans ressources économiques, la démarche entrepreneuriale nécessite une forte mobilisation de leur part et de la part des conseillers qui évoquent des spécificités d'accompagnement. D'après eux, les personnes vivant en QPV demandent davantage à devenir rapidement opérationnelles car elles ont besoin d'agir vite pour se rémunérer. En outre, leur manque initial d'acculturation aux compétences entrepreneuriales entraîne leur démobilitation lors des formations théoriques qu'elles ne comprennent pas. Les conseillers insistent de manière unanime sur l'importance de renforcer les habiletés des entrepreneurs des QPV par rapport aux entrepreneurs d'autres territoires, c'est-à-dire de renforcer leur capacité effective à mener les tâches qui concrétisent leur projet économique. La formation collective décrite précédemment illustre cette adaptation : le formateur propose des exercices pratiques après chaque présentation théorique. Les conseillères de l'Ouvre-Boite 44 privilégient aussi le caractère opérationnel. Selon elles, l'avantage d'un accompagnement en CAE repose sur la possibilité de tester concrètement son activité tout en recevant un soutien administratif, juridique, et comptable. L'ensemble des conseillères de l'Ouvre-Boite 44 revendique le fait d'apprendre en faisant et ce d'autant plus que l'expérimentation offre un revenu minimal à des entrepreneurs parfois en urgence économique. Les propos d'une des conseillères résument leur position générale : « Sur les QPV, on reçoit beaucoup de gens sur des projets de restaurant ou d'épicerie, mais avec des situations financières compliquées. Et, en fait, l'outil CAE permet de commencer à travailler, commencer à cumuler un petit peu d'argent, et en déchargeant l'aspect administratif, pour

laisser vraiment le temps de définir définitivement son offre. Et le petit pécule qu'ils ont pu amasser pendant le temps d'incubation chez nous va permettre derrière, parfois, d'aider à racheter un fonds de commerce ou payer des travaux. L'idée du parcours » (octobre 2018).

Cette notion de « parcours » sous-entend une logique temporelle. Complémentaire à la mise en pratique, la temporalité est un autre élément qui distingue l'accompagnement en QPV et hors QPV. L'urgence sociale et économique conduit les individus à entreprendre rapidement pour gagner de l'argent alors qu'ils ont besoin de plus de temps que la moyenne pour développer une activité pérenne. Les conseillers expliquent ce besoin en temps par des ressources initiales moindres qui ralentissent le projet et par des priorités personnelles qui contraignent à des arrêts temporaires. L'accompagnement s'inscrit dans « un parcours assez sinueux » d'après les termes du chargé de mission de Nantes Métropole qui gère le dispositif Osez Entreprendre (mars 2019). Les structures étudiées s'ajustent en proposant une période d'accompagnement plus longue. A l'Ouvre-Boite 44, le CAPE signé dans le cadre d'Osez Entreprendre dure 5 ans au maximum contre 3 ans généralement. A la BGE, il est possible de suivre ses 12 heures de formation sur une période d'un an et demi contre une période d'un an en dehors du dispositif. Tandis que la période de l'accompagnement est étendue, la durée des formations collectives et des rendez-vous individuels est réduite. Les conseillers enquêtés privilégient des moments courts mais resserrés dans le temps pour garder les entrepreneurs mobilisés sur la durée. Par exemple, la conseillère de la BGE qui travaillait auparavant dans l'accompagnement de projets culturels mène des rendez-vous individuels bimensuels de 45 minutes à une heure au lieu de rendez-vous mensuels qui durent plutôt une heure trente. L'exemple ci-dessous retrace l'évolution des modalités d'une formation collective proposée par Osez Entreprendre en fonction des besoins recensés par les conseillers.

*Les « teams Osez Entreprendre » : une adaptation de la forme et de la temporalité*

Les *teams* Osez Entreprendre sont des formations collectives destinées aux entrepreneurs en développement qui rencontrent des difficultés. Répartie sur un mois et demi, chaque *team* comporte six séances d'une demi-journée, généralement le lundi matin car il correspond au jour chômé des entrepreneurs. Chaque demi-journée est dédiée à une thématique définie lors de la première entrevue avec les 5 à 10 entrepreneurs présents : prospection de clients, redéfinition des prix, stratégie web... Elle débute par un tour de table de 30 à 45 minutes où chacun présente son parcours et son projet, continue avec une présentation théorique d'une heure de la thématique du jour par le formateur, s'achève par un atelier pratique durant lequel les entrepreneurs travaillent d'abord en commun sur un cas concret avant de se pencher individuellement sur leur projet. Ce premier travail en groupe assure le formateur que l'ensemble des entrepreneurs a compris les enjeux de la thématique tout en enrichissant leurs

connaissances d'une étude de cas. Lancé en 2015, le format des *teams* Osez Entreprendre a évolué pour s'adapter aux besoins des entrepreneurs constatés par les conseillers. S'étendant au départ sur une période de six mois à raison d'une séance d'une journée chaque mois, leur temporalité a été resserrée pour éviter la démobilisation des entrepreneurs. Ce type de formation collective a malgré tout pris fin en 2019 faute de participants. La conseillère en charge de ces temps collectifs explique cet arrêt par un nombre total d'entrepreneurs en développement trop faible à Osez Entreprendre pour constituer un vivier qui alimente durablement une telle formation.

### 1.2.1.2 Un ajustement du contenu

En plus d'adapter la forme de l'accompagnement, les conseillers adaptent son contenu. En complément des formations généralistes, ils proposent des formations spécifiques qui correspondent aux pratiques et/ou aux besoins des entrepreneurs qu'ils suivent en QPV : temps dédié aux règles juridiques des secteurs cosmétiques ou culinaires, moment consacré à l'appropriation des outils numériques et des réseaux sociaux, etc. C'est ce que montre ci-dessous la description des étapes successives du projet d'incubateur culinaire destiné aux traiteurs des QPV de Nantes Métropole. Ces derniers constituent une part importante du public suivi par Osez Entreprendre.

#### *Un accompagnement pour les traiteurs des QPV : le projet d'incubateur culinaire à Nantes Métropole*

N'ayant ni le droit de produire à domicile ni les ressources financières pour louer une cuisine, les traiteuses d'Osez Entreprendre éprouvent un besoin avéré d'accéder à des espaces de travail partagés dédiés à l'activité culinaire dans l'agglomération nantaise. Un projet d'incubateur culinaire était en cours de réflexion à l'Ouvre-boîte 44 lors de mon premier entretien avec une conseillère en janvier 2018. Ce projet a pris des formes diverses durant deux ans, changeant au gré des nouveaux acteurs y participant. Il s'agit d'abord d'un incubateur culinaire spécifique aux entrepreneurs d'Osez Entreprendre qui propose une phase de test de 9 mois suivie par une création d'activité juridique. A côté du laboratoire dédié à l'incubation proprement dite, des plans de travail partagés seraient loués aux entrepreneurs nouvellement établis. Ils constitueraient une sorte de sas entre l'incubation collective et l'installation individuelle en restaurant. L'Ouvre-boîte 44 assurerait le portage juridique des incubés ainsi qu'une animation ponctuelle tandis que Nantes Métropole serait propriétaire-gérant du local et assurerait l'animation régulière. Ce projet a été partiellement remis en cause avec l'arrivée de nouveaux acteurs institutionnels. Au début de l'année 2019, une nouvelle phase de brainstorming est lancée. Il s'agit dorénavant de « mixer les publics »<sup>141</sup> depuis la micro-entrepreneuse jusqu'à l'entreprise de quelques salariés qui a besoin de modules d'accompagnement spécifiques, mais aussi de multiplier les prestations proposées depuis des formations culinaires d'insertion jusqu'à l'offre d'une restauration locale de quartier. Sous la coordination de l'Intercommunalité, le projet d'incubateur culinaire regroupe deux structures d'accompagnement dont l'Ouvre-boîte 44, deux

141 Expression utilisée par un représentant de Nantes Métropole en janvier 2019.

associations qui proposent des ateliers culinaires d'insertion, et deux espaces de travail partagés dédiés aux activités culinaires. La difficulté à trouver un espace adapté et les implications variables de certains acteurs ralentissent le projet. Les ambitions sont revues à la baisse pour qu'un programme qui réponde à l'urgence des besoins des traiteuses émerge malgré tout. Finalement, c'est un « Flashcoop culinaire » qui naît en mars 2020. Organisé sur le principe de la coopérative éphémère, ce projet d'une dizaine de jours s'adresse aux femmes des QPV de Bellevue, de Plaisance, et du Sillon. Structuré autour de trois modules, il leur permet de s'acculturer aux démarches de la création d'activité culinaire, de tester une activité, et d'en tirer un bilan bien qu'il n'offre pas d'espace de travail pérenne. Ce programme est porté par la maison de l'emploi, l'Ouvre-boîte 44, et l'une des associations qui proposent des ateliers culinaires. Il est hébergé par Coopworking.

Les formations sont parfois adaptées à un public particulier tel les femmes qui constituent la majorité du public d'Osez Entreprendre et de la Miel. Les structures d'accompagnement suivent la politique nationale qui valorise l'entrepreneuriat féminin depuis quelques années selon l'objectif d'égalité des sexes à entreprendre et à intégrer le monde économique. Cette tendance s'inscrit en continuité des travaux en entrepreneuriat féminin qui se sont multipliés ces dernières décennies. Ceux-ci montrent l'inadéquation de l'accompagnement généraliste aux besoins des femmes, à la fois en termes de contenu et de format. D'après les résultats de plusieurs chercheuses qui s'appuient aussi sur des travaux antérieurs (Santoni, 2018 ; Lebègue, 2015), les entrepreneuses ont besoin de renforcer leurs compétences comportementales, notamment leur confiance en elles. Dans ce cadre, elles demandent plus d'accompagnement collectif que les hommes. L'enquête de terrain corrobore ce constat : alors qu'elles doivent gérer la garde de leurs enfants en soirée, les femmes étaient majoritaires lors des formations collectives auxquelles j'ai assistées. Dans ce contexte, les structures étudiées ont mis en place des événements dédiés aux femmes. En novembre 2018, la Miel a lancé une première soirée de mise en réseau de femmes entrepreneuses qui a été suivie par six autres jusqu'au début de l'année 2020, moment durant lequel l'activité s'est ralentie à cause de l'état d'urgence sanitaire. Sur son compte Facebook, la structure relaie des informations concernant des appels à projet, des concours, des financements spécifiques à l'entrepreneuriat féminin. De leur côté, les acteurs d'Osez Entreprendre organisent chaque année une journée « Créa au féminin » depuis 2017. En 2019, cet événement a été étendu sur deux journées afin d'augmenter le nombre d'ateliers et de permettre aux participantes d'échanger plus longuement selon les demandes collectées par les conseillers auprès de ces dernières. Cette forme d'accompagnement collectif est la seule qui perdure aujourd'hui à Osez Entreprendre.

*La première soirée dédiée aux entrepreneuses à la Miel : un moment d'échanges entre paires (novembre 2018)*

J'assiste à la première soirée de mise en réseau des femmes entrepreneuses organisée par la Miel. Prévue de 18h à 20h un soir de semaine, elle se tient dans une salle du musée Paul Eluard situé dans la même rue que la structure d'accompagnement. Une trentaine de chaises est installée en cercle. A proximité, une table fait office de buffet composé de jus, de sodas, de confiseries, et de biscuits apéritifs. L'événement regroupe une quinzaine de femmes, généralement entre 30 et 40 ans, accompagnées ou non par la Miel. Il s'agit d'échanger sur la posture de femme entrepreneuse en abordant les motivations et les freins de chacune. La soirée débute par une présentation rapide de la structure par sa directrice qui laisse ensuite la parole aux deux intervenantes. Ces dernières sont des entrepreneuses installées à la Pépinière de la Courneuve. Elles relatent leur parcours. Deux autres entrepreneuses présentent leur incubateur cosmétique qui vient d'être créé à Pantin. La soirée se poursuit par des questions-réponses avec la salle entrecoupées par les partages d'expériences de chacune. Un moment final est dédié à l'apéritif qui permet de discuter de manière plus intime. Durant la soirée, des thèmes généraux tels que le financement ont été abordés ainsi que des thèmes plus spécifiques à la situation féminine : les enfants comme motivation et contrainte à entreprendre, la charge mentale et le rôle du mari, la sécurité financière familiale, ou encore l'importance des valeurs dans le projet entrepreneurial. Les participantes ont ainsi constaté le caractère commun des questions et des problèmes qu'elles rencontrent individuellement, ce qui constitue une étape préalable à un *empowerment* collectif.

Les conseillers adaptent la forme et le contenu de leur accompagnement aux publics qu'ils suivent en prenant en compte leur situation socio-professionnelle souvent précaire, leur féminisation, ou encore les types d'activité prépondérants en QPV. Toutefois, cette adaptation varie selon les accompagnateurs.

## *1.2.2 Des ajustements variables en fonction des structures et des accompagnateurs*

### *1.2.2.1 Des logiques propres à chaque structure*

Chaque structure d'accompagnement s'adapte de manière plus ou moins conséquente selon les spécificités de son public et sa stratégie générale. A Osez Entreprendre, les deux structures d'accompagnement n'ont pas la même posture. Tandis que les conseillères de l'Ouvre-Boîte 44 insistent toutes sur l'accompagnement « sur-mesure », « renforcé », « plus poussé », et « personnalisé »<sup>142</sup> qu'elles proposent aux entrepreneurs des QPV inscrits dans la CAE, les conseillers de la BGE mettent surtout en valeur la similarité de leur accompagnement en et hors QPV car celui-ci serait personnalisé dans tous les cas. Par ailleurs, les contacts proposés

---

<sup>142</sup> Termes utilisés à plusieurs reprises lors d'entretiens (janvier, avril, et août 2018).

aux entrepreneurs varient en fonction de la structure qui les accompagne. Les conseillers de la BGE les mettent principalement en relation avec des acteurs de l'entrepreneuriat classique tandis que les conseillères de l'Ouvre-boîte 44 optent pour le réseau des coopératives et des acteurs de l'ESS. Cette divergence de posture s'explique par la nature et par l'organisation de chaque structure. L'Ouvre-Boîte 44 est une CAE locale créée par un entrepreneur qui est implantée à Saint-Herblain, à proximité immédiate d'un QPV. Elle fait partie du monde de l'ESS. A l'inverse, la BGE est une structure nationale qui se décline en antennes locales. Ses conseillers suivent l'orientation édictée par la tête de réseau qui prône un accompagnement égal à tous partout.

De son côté, la Miel est une structure locale qui ne dépend pas d'une tête de réseau nationale. Ses méthodes d'accompagnement varient en fonction des stratégies des acteurs politiques locaux<sup>143</sup> et en fonction de ses formateurs selon la sensibilité et la capacité de chacun à s'adapter aux publics accueillis.

#### 1.2.2.2 Des ressources propres à chaque conseiller

L'ajustement de l'accompagnement aux publics des QPV varie en fonction des conseillers. Malgré les cadres établis à l'échelle nationale et/ou locale, ces derniers adaptent leur accompagnement aux personnes qu'ils côtoient en QPV, souvent de façon informelle. Confrontés quotidiennement à une diversité de trajectoires entrepreneuriales qui ne coïncide pas toujours avec les règles génériques, ils s'adaptent de manière pragmatique au contexte afin d'être utiles aux entrepreneurs qu'ils suivent. Par exemple, une conseillère de la BGE est jugée arrangeante par la traiteuse d'apéritifs africains qu'elle suit : « elle est sympa, donc des fois elle me prend entre deux rendez-vous quand elle a du temps, trente minutes » et lorsque « je lui ai demandé c'est jusqu'à quand [l'accompagnement], elle m'a dit : « Ne t'inquiète pas, il n'y a pas de souci ». Elle est cool » (octobre 2018). La conseillère s'écarte de la durée légale d'accompagnement cadrée par le dispositif régional Parcours Entrepreneur en privilégiant les disponibilités et les besoins de la traiteuse. Par ailleurs, chaque conseiller oriente la personne qu'il suit en fonction de son carnet d'adresses professionnel. Les entretiens menés révèlent une certaine marge de manoeuvre de leur part. Bien que chaque structure s'inscrive dans un réseau d'acteurs de l'entrepreneuriat, ses conseillers aiguillent les entrepreneurs selon leurs propres réseaux qui sont influencés par leur parcours universitaire et professionnel antérieur.

---

143 Je détaillerai ces stratégies dans le chapitre suivant.

Le carnet d'adresses et l'adaptation informelle de l'accompagnement diffèrent donc selon la posture de chaque conseiller. Des travaux en sciences de gestion constatent leur hétérogénéité. L'attitude des conseillers vis-à-vis des personnes qu'ils accompagnent varie de l'expert qui répond à un problème précis dans une posture fonctionnaliste au soutien qui apporte une écoute dans une posture herméneutique en passant par l'aide au positionnement qui alimente la réflexion dans une posture de l'entre-deux (Verzat, Gaujart, 2009). Parmi les formateurs observés, certains adoptent une posture d'expert en utilisant un vocabulaire pointu et en s'inscrivant formellement dans les cadres réglementaires tandis que d'autres dialoguent davantage dans une posture décontractée et ludique. Chaque posture est liée à la trajectoire personnelle et professionnelle du conseiller. La formation scolaire, le passé professionnel, la classe sociale, ou encore la sensibilité individuelle sont autant de variables qui influencent la manière dont ce dernier s'adapte aux spécificités de l'entrepreneur qu'il suit. Le tableau qui présente les conseillers rencontrés a mis en valeur la diversité de ces trajectoires dans les terrains d'étude. A côté du profil du conseiller d'une quarantaine d'années, présent depuis longtemps dans des structures de soutien à l'entrepreneuriat, à la formation hybride, se dresse le profil du conseiller d'environ trente ans, récemment arrivé dans le métier, sorti d'une école de commerce, et souvent sensibilisé au thème de l'entrepreneuriat social. C'est ce que montre le parcours d'un conseiller de la Miel.

#### *Un renouvellement des conseillers*

Le conseiller dédié à l'accompagnement des TPE de plus d'un an est arrivé à la Miel en novembre 2017. Cet homme d'une trentaine d'années découvre alors le territoire de Plaine Commune. Originaire de Marseille, il a déménagé à Paris au début des années 2010 pour ses études : une école de commerce, un master en communication à la Sorbonne, des stages dans des grands groupes comme la SNCF et dans des start-ups de l'ESS comme un incubateur qui développe des projets relatifs au handicap. Jeune, ayant suivi des stages en start-up ou en entreprise sociales, ce nouveau conseiller est acculturé aux mots-clé actuels tels qu'« innovation », « communication », ou « impact social ». Fort de ses expériences universitaires et professionnelles qui consolident ses compétences entrepreneuriales et son carnet d'adresses, il décide de rejoindre la Seine-Saint-Denis pour accorder son travail à ses valeurs : « c'est de donner accès un petit peu à la réussite à tout le monde. Parce que c'est intéressant d'accompagner des start-ups sur Paris, mais ça l'est encore plus d'accompagner des start-ups ou même pas des start-ups, des TPE, à Plaine Commune. On se sent plus utile ».

Ces deux profils-types se retrouvent à la Miel et à Osez Entreprendre, bien qu'il soit difficile d'effectuer un comptage précis au vu de leur turn-over important. Si le profil du jeune

conseiller représente la majorité des recrutements récents, il correspond aussi à celui qui reste le moins longtemps dans les structures. Une analyse plus approfondie des postures des accompagnants en fonction de leur trajectoire serait pertinente pour approfondir leur rôle dans l'*empowerment* individuel des personnes qu'ils accompagnent. Elle nécessitait un temps que je n'avais pas car j'ai privilégié l'examen des parcours des entrepreneurs.

### 1.2.2.3 L'enjeu de la proximité sociale

Malgré cette limite de l'enquête, des résultats ressortent. L'adaptation des conseillers aux besoins des entrepreneurs varie en fonction de leur expériences en QPV et du monde socio-professionnel dont ils viennent. Leur attitude traduit leur capacité à s'adresser à des profils sociaux qui s'écartent de la figure commune de l'entrepreneur. Certains conseillers rencontrés s'adaptent aux situations de chacun en jouant sur leur disponibilité, sur leur patience, et/ou sur les interstices institutionnels. C'est le cas d'un formateur extérieur de la Miel ou d'une conseillère de la BGE que j'ai présentés précédemment. Ils côtoient depuis des années les publics des QPV, que ce soit à travers leur lieu de vie et/ou leur expérience professionnelle antérieure. Les entrepreneurs enquêtés apprécient généralement ces conseillers qui proposent des formations fondées sur l'expérimentation pratique et une ambiance décontractée. Je détaille ci-dessous le cas d'une autre conseillère de la BGE louée par l'ensemble des entrepreneurs enquêtés qui la connaissent. Celle-ci s'écarte du cadre réglementaire de l'accompagnement entrepreneurial pour s'adapter aux besoins et aux ressources des individus qu'elle suit.

#### *Une conseillère proche des entrepreneurs des QPV*

Les entrepreneurs rencontrés sont unanimes sur la qualité de l'accompagnement d'une des conseillères d'Osez Entreprendre. Coordinatrice du dispositif, cette femme blanche de presque 40 ans travaille à la BGE depuis 10 ans. Ayant quitté son poste d'administratrice de compagnie culturelle pour plusieurs raisons, elle a suivi une formation de conseillère à la création et au développement d'activité avant d'entrer à la BGE. Cette reconversion professionnelle lui permet de continuer à travailler ce qu'elle aime, à savoir « les chiffres » et « accompagner des projets et des personnes » (entretien en mai 2018). Je m'entretiens formellement avec elle au début du terrain puis je la croise à diverses reprises lors des événements d'Osez Entreprendre où l'on échange de manière informelle. Elle utilise un vocabulaire sans fioritures. Plusieurs facteurs expliquent que cette conseillère plaise tant aux entrepreneurs rencontrés. Tout d'abord, elle développe des pratiques professionnelles similaires aux leurs en s'appuyant de manière pragmatique sur des systèmes de débrouille. Elle préfère l'aspect expérimental à la formalisation en considérant que cette dernière alourdit et retarde les projets. Il s'agit d'agir vite pour répondre à l'urgence des entrepreneurs. Par exemple, elle envisage un réseau de relations informelles entre interconnaissances plutôt qu'un programme de mentorat défini par une charte. Cette approche empirique est rendue

possible par une hiérarchie compréhensive qui reconnaît son expertise d'usage, que ce soit le directeur de la BGE de Loire-Atlantique ou le représentant de Nantes Métropole<sup>144</sup>. Ensuite, la conseillère fonde ses relations avec les entrepreneurs sur l'écoute. Attentive à ne pas stigmatiser les personnes en fonction de leur lieu de vie, elle s'attache à leur individualité : « Le but, justement, nous, c'est d'avoir le même type d'accompagnement mais qu'on vient adapter à la personne. [...] On va adapter notre accompagnement à la personne, en fonction d'elle et comment elle fonctionne ». Ce discours se traduit par exemple dans l'importance qu'elle accorde à l'appel des entrepreneurs accompagnés. La conseillère estime nécessaire qu'elle-même et ses collègues prennent le temps de téléphoner aux individus qu'ils n'ont pas vus depuis longtemps pour être sûrs que tout va bien.

D'autres conseillers rencontrés montrent des difficultés à sortir des cadres incorporés pendant leur parcours professionnel. Ils ont généralement moins d'expériences professionnelles et personnelles dans les QPV. Leur posture peut occasionner un décalage avec le public accompagné qui la déprécie en entretien. Elle est parfois interprétée comme une dévalorisation de l'entrepreneur par le conseiller. Elle traduit surtout une distance sociale qui est difficile à dépasser. Lors d'une discussion informelle, l'une des conseillères d'Osez Entreprendre arrivée récemment à Nantes, issue du monde de l'ESS, sans expérience antérieure en QPV, a déclaré ne pas se sentir légitime pour accompagner des personnes en situation de précarité : « je ne suis peut-être pas la plus pertinente pour savoir comment toucher le public » (mars 2019). L'exemple ci-dessous illustre l'incompréhension qui existe parfois entre le conseiller et l'entrepreneur accompagné.

*« Je pense qu'a priori, ça part plus de préjugés que vraiment d'une connaissance de terrain »  
(janvier 2019)*

Une entrepreneuse enquêtée évoque le changement d'attitude de sa conseillère après lui avoir dit qu'elle portait le voile pour conviction religieuse : « Au bout d'un moment, je ne sais plus comment c'est venu, l'accompagnatrice m'a dit : « Mais, en fait, le turban, ce n'est pas parce que tu es musulmane, c'est juste ton style ? ». Quand je lui ai dit, en fait, que non, c'était par conviction religieuse, j'ai senti. Elle m'a dit : « Ah bah oui, mais là effectivement, ta clientèle, ça pourra l'arrêter ». Il y a eu un changement d'optique. Il y a eu un changement de vision sur mon projet [...] C'est sûr, c'est clair que ça crée un obstacle pour une recherche de clientèle, c'est sûr. Je trouve que, justement, moi, ce qui m'a un petit peu « déçue », c'est justement que l'accompagnateur rentre dans ce jeu-là. Et du coup, au lieu de me redonner confiance, moi, ça m'a un petit peu... Alors que, justement, mon désir, c'était d'élargir ma clientèle, et de cibler un autre public que la communauté musulmane. Et là, on me renvoyait encore à ce public-là. Finalement, on me dit : « Avec ton voile, tu ne pourras cibler que des musulmans ». Alors que mon objectif, moi, je m'adresse à tout public. Finalement, je ne veux pas particulièrement la clientèle musulmane. Et c'est aussi en ça que je cherche à être

---

144 Lors d'une réunion (mars 2020), un conseiller de l'Adie a déclaré que Nantes Métropole leur « fait confiance » et leur permet de « sortir du cadre » pour « innover » et s'adapter aux entrepreneurs qu'ils accompagnent.

accompagnée ». En focalisant son attention sur les opportunités économiques que l'entrepreneuse perdait à cause du voile religieux qui la discrimine auprès de certains clients, la conseillère n'a pas répondu à son attente de légitimité. Le décalage entre la conseillère qui cible l'objectif économique et l'entrepreneuse qui demande une reconnaissance crée une incompréhension que l'entrepreneuse interprète comme du mépris. Cette dernière tente d'expliquer la réaction de sa conseillère par l'existence d'une frontière entre leurs mondes sociaux respectifs. Elle la compare à une autre conseillère qui est habituée aux publics résidant en QPV et avec qui le contact passe très bien : « Avec [l'autre conseillère], la question ne s'est pas posée. Elle n'était pas là-dedans. Je pense qu'elle a peut-être plus une approche de quartier car l'Ouvre-Boîte 44 est au sein du Sillon. Je ne sais pas. [...] Je pense qu'effectivement, les accompagnateurs qui sont au cœur des quartiers, je pense qu'ils sont plus à même d'accepter, je pense, ce public-là. Peut-être. Ça pose moins souci. Je pense qu'a priori, ça part plus de préjugés que vraiment d'une connaissance de terrain, finalement ».

La relation d'accompagnement fluctue selon la proximité, l'expérience, et la connaissance du milieu social entre le conseiller et l'entrepreneur suivi. Parmi les nouveaux arrivés à Osez Entreprendre entre 2018 et 2019, les conseillers de France Active et de l'Ouvre-Boîte 44 disent ne pas connaître les QPV tandis que les conseillers de l'Adie, de la BGE, et de la maison de l'emploi y ont déjà vécu et/ou travaillé pendant plusieurs années. A la Miel, les deux jeunes conseillers issus d'école de commerce arrivés en 2017 n'ont jamais fréquenté de QPV auparavant<sup>145</sup>. Pour autant, la sensibilité du conseiller au milieu social ne constitue pas un critère qui détermine vers qui l'entrepreneur sera orienté. Les personnes accueillies au sein des structures d'accompagnement étudiées sont d'abord dirigées en fonction de la disponibilité temporelle des formateurs.

Leur turn-over important est un autre élément qui influence la qualité de la relation d'accompagnement. A Osez Entreprendre, le référent de Nantes Métropole, la référente de l'Adie, le référent de France Active, la référente de la maison de l'emploi, l'un des référents de la BGE, et l'une des référentes de l'Ouvre-Boîte 44 ont changé pendant la période d'enquête. A la Miel, le constat est le même : 4 des 5 conseillers ont changé, dont deux ne sont restés qu'un an. Ces changements répétés influencent négativement le suivi des entrepreneurs car l'écart entre le départ du conseiller et l'arrivée de son remplaçant crée une absence de suivi individuel de plusieurs mois qui est parfois vécue comme un abandon par la personne accompagnée. En outre, ce remplacement crée une rupture dans un parcours entrepreneurial qui s'étend souvent sur plusieurs années, ce qui oblige l'entrepreneur à recontextualiser son

---

145 Il convient toutefois de préciser que la méconnaissance des QPV n'empêche pas certains conseillers d'être acculturés aux codes des classes populaires, et inversement.

projet. Dans certains cas, le turn-over traduit la difficulté des conseillers à s'adapter au contexte local. Ce dernier les stimule peu sur le plan professionnel. Lassés de suivre des projets basiques, ils préfèrent rejoindre d'autres structures ou monter leur entreprise. C'est le cas des deux conseillers qui sont partis moins de deux ans après leur arrivée en 2017 à la Miel, malgré leur volonté initiale d'aider des publics en situation de précarité. Cette précarité nécessite un accompagnement qui intervient sur des volets économique et social. Or, les conseillers n'ont pas été formés à ce dernier durant leur parcours universitaire et professionnel antérieur, et il est peu valorisé.

Les structures étudiées aussi bien que leurs conseillers adaptent de manière variable la forme et le contenu de leur accompagnement aux spécificités des publics accueillis. Cet ajustement dépend de leur acculturation aux codes socio-culturels présents en QPV, qui diffèrent pour une part des codes entrepreneuriaux classiques. Ces acteurs s'adaptent aux différences des entrepreneurs qu'ils suivent pour permettre à ces derniers d'acquérir des compétences entrepreneuriales et d'intégrer les réseaux du monde économique institutionnel. Cette tension entre un accompagnement formalisé par les acteurs économiques et politiques à l'échelle nationale et un accompagnement ajusté au contexte social et local interroge les enjeux et les effets de la territorialisation de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV.

## **2 La dimension sociale d'une politique entrepreneuriale territorialisée**

### **2.1 Un ciblage spatial au profit de certains publics**

#### *2.1.1 Un ciblage territorial entre démocratisation et stigmatisation*

##### **2.1.1.1 Des stratégies différentes d'ancrage local entre les structures étudiées**

Lors d'AG et de comités de pilotage, les financeurs publics recommandent aux conseillers de

quitter leurs bureaux pour aller dans les quartiers afin de réduire la distance spatiale entre les habitants des QPV et les bâtiments dédiés à l'activité économique, mais aussi de réduire la distance sociale en sensibilisant ces habitants à l'entrepreneuriat. Cette expression « d'aller vers »<sup>146</sup> interroge le rapport à la territorialisation des acteurs de l'entrepreneuriat en QPV. Celle-ci fait l'objet de débats, comme le révèlent les différentes stratégies d'ancrage local menées par la Miel et par Osez Entreprendre. Leurs financeurs publics les enjoignent à être physiquement présents dans les QPV afin d'atténuer leur caractère bureaucratique qui limiterait leur fréquentation. Ce discours est tenu par les acteurs administratifs nationaux qui portent la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV tels que le CGET et la BPI. Le représentant de la BPI en charge du programme « Entrepreneuriat pour tous » revient à plusieurs reprises sur cette stratégie durant notre discussion : « On ne va pas multiplier les implantations, on va mettre l'accent sur « l'aller vers ». C'est-à-dire être dans une approche agile. On souhaite aller vers le public [...] Parce que c'est l'ancrage local, c'est la proximité, c'est « l'aller vers » là où personne ne va pour accompagner ceux que personne n'accompagne, c'est un peu ça l'idée. [...] Et voilà avec l'idée vraiment « d'aller vers », c'est-à-dire qu'on ne va pas attendre que les publics viennent, on va aller là où ils sont » (juillet 2019). Ce discours est repris par les Intercommunalités étudiées. La présence des conseillers sur place renforcerait leur connaissance des entrepreneurs potentiels qui vivent en QPV et faciliterait la prise de contact avec les personnes jugées « éloignées des institutions »<sup>147</sup>.

En répondant à l'appel à projet de l'AFE qui vise à renforcer l'accompagnement à la création et au développement d'activité dans les QPV, les acteurs d'Osez Entreprendre acceptent de mettre en place des actions localisées dans les quartiers prioritaires. Trois types d'action régulière de sensibilisation sont organisés dans des espaces publics animés. Au début de chaque mois, quand les ménages reçoivent leurs revenus et peuvent acheter des produits, des conseillers d'Osez Entreprendre installent un stand d'informations, distribuent des flyers, et discutent avec les passants aux marchés de Bellevue et de Rezé. Plusieurs fois par an, ils utilisent le bus de sensibilisation de l'Adie pour toucher des publics d'autres quartiers. Enfin, ils ont inauguré des « rendez-vous pataugeoires » pendant l'été 2019. Présents aux côtés d'associations socio-culturelles du sport et de l'art qui proposent des activités ludiques en

---

146 Lors d'un comité de pilotage d'Osez Entreprendre, les représentants de l'Etat et de Nantes Métropole parlent par exemple « d'aller vers les publics », « d'aller chercher des entrepreneurs », d'« aller chercher les publics cachés », et de continuer l'objectif de « renforcement du aller vers », de « cherche[r] à aller encore plus en proximité auprès des porteurs de projet potentiels » (mai 2018).

147 Cette expression est utilisée dans les conventions interministérielles et les textes administratifs nationaux relatifs à la politique de développement économique et à l'entrepreneuriat en QPV.

extérieur dans les QPV, ils ont rencontré des publics qu'ils n'avaient pas l'habitude de côtoyer, notamment des familles et des jeunes. En plus d'être présents physiquement et en contact direct avec la population des QPV, les conseillers d'Osez Entreprendre démarchent des associations de quartier de l'emploi et de l'insertion, du sport, ou encore de la culture pour que celles-ci relaient leurs informations afin d'être connus localement auprès de nouveaux publics. Ces actions spatialisées ne font pas consensus chez les conseillers. Certains les considèrent comme une perte de temps. Il s'agit principalement des formateurs qui n'ont pas l'habitude de travailler en QPV et qui ne se sentent pas à leur place hors des murs de la structure d'accompagnement. Les conseillers les plus à l'aise avec la diversité des profils sociaux valorisent quant à eux l'ancrage local. Lors d'une sensibilisation au marché de Bellevue, un conseiller de la BGE et la conseillère de l'Ouvre-Boite 44 arrivée récemment à Nantes étaient présents. Le premier est allé discuter à droite et à gauche, s'éloignant du stand et revenant régulièrement chercher des prospectus à distribuer tandis que la seconde ne se déplaçait pas. Elle a profité de ma présence pour cacher son inconfort en discutant avec moi, tendant quelques fois des flyers sans chercher à entrer en contact avec les passants. Au fil des marchés, sa position sur l'ancrage local des actions d'Osez Entreprendre a évolué. Elle dit s'être habituée et se prendre petit à petit au jeu.

A la Miel, l'ancrage en QPV des conseillers est plus limité car la structure accompagne l'ensemble des entrepreneurs installés dans l'intercommunalité de Plaine Commune. Même si celle-ci est composée à 65 % par une population qui vit en QPV, la Miel ne la cible pas spécifiquement. Des entrepreneurs parisiens qui créent leur entreprise à Plaine Commune peuvent être accompagnés par la Miel. A l'inverse, le dispositif Osez Entreprendre ne s'adresse qu'aux entrepreneurs installés dans l'un des QPV de Nantes Métropole. Faute de temps, d'expériences, et parfois d'envie, les conseillers de la Miel se déplacent peu à l'extérieur de leurs bureaux qui sont pourtant situés dans un QPV. Ce quartier ne possède toutefois pas les mêmes caractéristiques socio-urbaines que celui où était précédemment implantée la structure.

*Les anciens locaux de la Miel en cœur de cité*



Illustration 34: Immeuble dédié aux acteurs économiques

*Réalisation : Loréna Clément, juillet 2018.*



Illustration 35: Quartier d'implantation de l'immeuble

*Réalisation : Loréna Clément, juillet 2018.*

Lors de sa création en 1998, les élus locaux ont choisi de loger la Miel dans un bâtiment dédié aux acteurs économiques situé au cœur d'un quartier constitué de barres de logements HLM. D'après leurs propos, il s'agissait d'illustrer physiquement l'engagement des acteurs politiques en faveur du développement économique endogène en accompagnant les entrepreneurs de ce territoire. Vingt ans après, le bâtiment est démoli dans le cadre d'une rénovation urbaine. La Miel déménage dans une rue du centre-ville dionysien dont la photographie apparaît dans le deuxième chapitre. Le déménagement depuis un bâtiment situé au cœur d'une cité pour un local situé dans une rue animée du centre-ville laisse percevoir une évolution du public ciblé par la structure<sup>148</sup>.

Par ailleurs, la Miel entretient des liens lâches voire inexistantes avec les associations de quartier. Cependant, elle a organisé pour la première fois une « soirée de l'engagement » à Aubervilliers en juillet 2019. Aidée par les Poussières, une association de création artistique participative localisée en QPV depuis 2006, elle a invité des habitants à identifier leurs besoins quotidiens et à formuler des projets d'initiative. Pour le moment, ce type d'événement est inédit. Par ailleurs, il reste proche du champs d'action de la Miel en relevant de la création de projet alors que les acteurs d'Osez Entreprendre participent à des événements éloignés de l'entrepreneuriat tels que les « rendez-vous pataugeoires » estivaux où œuvrent des associations culturelles et sportives. Le manque d'ancrage local de la Miel est déploré par certains acteurs administratifs locaux. Une chargée de mission qui travaille sur le développement économique des QPV de Plaine Commune considère que l'éloignement spatial correspond à un éloignement social : « Il faut réussir à mettre en place des permanences délocalisées. [...] Il faut le voir quand on fait des soirées ou des événements. Ceux qu'on draine, c'est les gens plutôt informés, et avec des outils informatiques. Des gens plutôt diplômés. Pas forcément du territoire. [...] C'est un énorme combat qu'on a avec les structures » (avril 2018).

### 2.1.1.2 Une remise en cause du critère spatial

Bien qu'ils agissent dans le cadre d'une politique territorialisée, la quasi-totalité des conseillers enquêtés se déclare opposée à l'idée d'un accompagnement à l'entrepreneuriat spécifique aux QPV. Ils évoquent deux raisons pour expliquer leur opposition. D'abord, ils déclarent que les entrepreneurs des QPV sont similaires aux entrepreneurs d'autres territoires en termes d'activité, de motivation, ou encore de besoins même s'ils reconnaissent des spécificités d'accompagnement. Par là, ils reprennent le principe universaliste d'égalité malgré des

---

148 Je détaille ce point dans le chapitre suivant.

adaptations pratiques. Ensuite, les conseillers affirment que les mesures dédiées aux QPV renvoient les publics concernés à une identité territoriale qu'ils ne partagent pas forcément. Celle-ci peut devenir un facteur discriminant en les catégorisant comme des « entrepreneurs des QPV » alors que la majorité des personnes accompagnées enquêtées ne connaît pas cet acronyme. Dans leurs actions, les structures d'accompagnement cherchent à limiter la stigmatisation territoriale. Par exemple, la Miel s'adresse à la population de l'intercommunalité plutôt qu'aux habitants de ses QPV uniquement. A Osez Entreprendre, les conseillers tentent de mêler les entrepreneurs qui vivent en QPV et les entrepreneurs qui vivent hors QPV. Tout en ancrant localement leurs actions de sensibilisation, ils privilégient l'accès des entrepreneurs d'Osez Entreprendre aux formations collectives internes à chaque structure plutôt qu'ils ne créent des formations collectives qui soient spécifiques au dispositif. Leurs événements sont également ouverts à tous. Par exemple, les intervenantes et les participantes de la journée « Créa au féminin » viennent des QPV et d'ailleurs. Cette attention à limiter la stigmatisation territoriale à laquelle peut conduire une politique publique territorialisée traverse aussi leurs stratégies de communication. La référence visuelle au QPV disparaît de leurs nouveaux flyers.

*Une maquette de communication moins stigmatisante et plus festive*

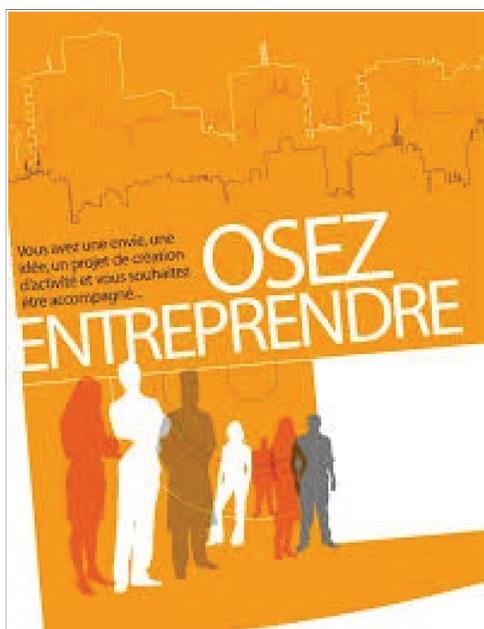


Illustration 36: Ancien flyer

*Réalisation : Osez Entreprendre, avant 2019.*



Illustration 37: Nouveau flyer

*Réalisation : Osez Entreprendre, à partir de 2019.*

L'austérité visuelle et l'arrière-plan qui rappelle la morphologie urbaine des quartiers ont laissé la place dans le nouveau flyer à des pictogrammes aux couleurs vives qui mettent en scène un trentenaire souriant au style décontracté. La référence au quartier a disparu au profit de la mise en image d'un épanouissement individuel qui caractériserait l'entrepreneuriat. Le design du second flyer valorise l'aspect chaleureux pour donner le goût d'entreprendre. La création d'activité y apparaît comme une aventure personnelle plus qu'une démarche de développement économique.

En outre, la conseillère de la BGE qui coordonne le dispositif a refusé d'inscrire le mot « quartier » sur les panneaux publicitaires commandés à JC Decaux malgré la demande insistante de son supérieur. Selon elle, il s'agit d'accompagner « comme une personne qui ne résiderait pas en QPV. [...] C'est de mettre la personne en confiance et de ne pas stéréotyper ou stigmatiser le public quartier » (mai 2018). Ces actions contre la stigmatisation socio-spatiale ne l'empêchent pas pour autant de reconnaître l'existence de difficultés accentuées chez les entrepreneurs des QPV telles que la précarité ou le manque de confiance en soi, ni de reconnaître un bien-fondé à l'ancrage local des actions d'Osez Entreprendre car « il faut que ce soit nous » dans les QPV, c'est-à-dire les acteurs locaux de l'entrepreneuriat, pour prouver leur crédibilité auprès des habitants.

La stigmatisation territoriale des habitants des QPV qui découlerait d'une politique de soutien à l'entrepreneuriat propre à la politique de la ville préoccupe aussi les acteurs publics nationaux. D'ailleurs, la BPI a nommé son programme d'accompagnement à la création et au développement d'activités « Entrepreneuriat pour tous » en y intégrant les territoires dits fragiles. Cette dénomination a créé des débats en interne. Pour certains, elle vise à éviter la stigmatisation spatiale sans oublier pour autant les fractures sociales existantes comme le résume le représentant de la BPI qui chapeaute ce programme : « Donc, comment on nomme sans stigmatiser ? Comment on nomme sans périphrase absconse ? Tu vois ? C'est une vraie réflexion. Finalement, on s'est dit qu'on va opter pour, encore une fois, l'inclusion. Dans une logique d'entrepreneuriat pour tous. La vraie question, c'est comment tu assures la promesse républicaine, finalement. Que partout en France, on peut accéder à l'entrepreneuriat, de manière égalitaire. Égale. Donc c'est ça, c'est un peu ce que disait Nicolas Dufourcq<sup>149</sup>. C'est que BPI France, dans l'esprit, c'est BPI de toute la France. Pas BPI pour les élites. Maintenant, on peut dire ça sans nier les réalités de territoires qui sont en difficulté » (juillet 2019). Pour d'autres, la disparition du ciblage spatial risque de renforcer les inégalités territoriales car

---

149 Nicolas Dufourcq est le directeur général de la BPI.

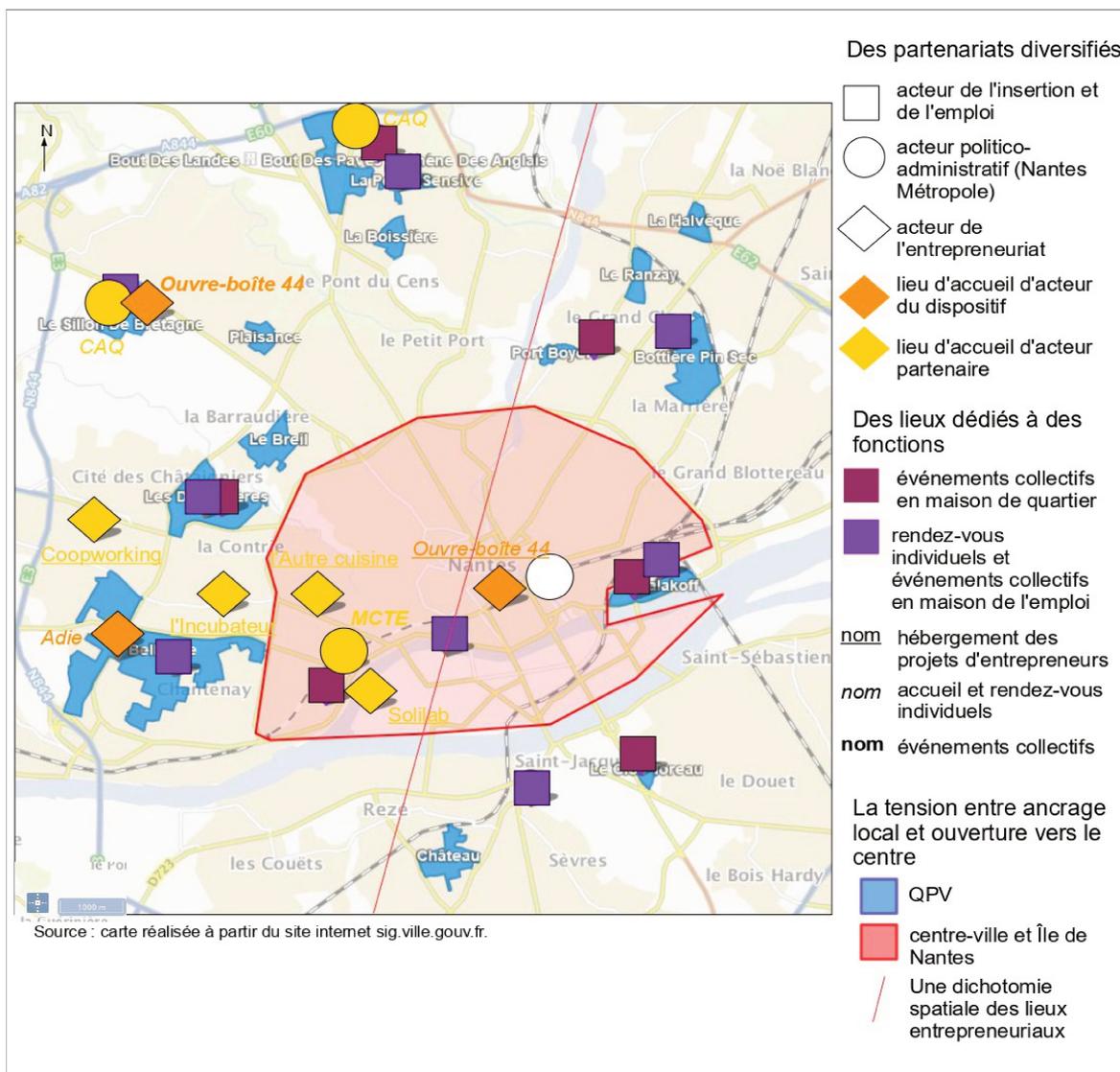
moins de moyens seraient finalement alloués aux QPV. C'est la position d'acteurs nationaux qui œuvrent en politique de la ville. Pour la responsable du développement économique au CGET, l'intitulé « Entrepreneuriat pour tous » marque la disparition progressive des actions menées en QPV car « on floute quand même la cible à laquelle on s'adresse » (juin 2019). La disparition de l'AFE au profit de la BPI le 01 janvier 2019 marque la fin d'objectifs quantifiés d'entrepreneurs des QPV à soutenir par les structures d'accompagnement. Dans ce contexte, la responsable du CGET craint la suppression des dispositifs spécifiques sans que le droit commun ne soit pour autant rétabli. Cette divergence entre des représentants de la BPI et du CGET traduit une opposition plus large quant à la manière de considérer la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. La première l'appréhende sous l'angle de la croissance économique tandis que la seconde l'envisage plutôt sous l'angle du développement social, comme le révéleront les sections suivantes. Ces postures divergentes portées par deux administrations nationales compliquent la mise en œuvre locale de la politique de soutien à l'entrepreneuriat car les acteurs de terrain se retrouvent confrontés à des objectifs et à des injonctions contradictoires, entre « aller vers » et « faire sortir »<sup>150</sup> les habitants des QPV.

### 2.1.1.3 L'enjeu difficile de différencier sans stigmatiser

Les acteurs institutionnels nationaux et locaux sont concernés par l'enjeu de différencier l'action publique dans les QPV pour réduire les inégalités sans que cette différenciation ne stigmatise davantage la population de ces territoires et ne renforce finalement les inégalités. Suivant cette logique, les acteurs d'Osez Entreprendre s'ancrent localement pour proposer aux entrepreneurs des contacts qui sont situés en dehors des QPV. Il s'agit de renforcer la proximité spatiale des conseillers pour élargir l'espace des opportunités des entrepreneurs. Leur mise en relation avec la MCTE précédemment évoquée est une illustration de la volonté d'Osez Entreprendre de faire sortir du quartier. Cet objectif est porté par les acteurs publics nationaux de la politique de la ville qui entendent lutter contre « l'enfermement local » des habitants des QPV (CGET, 2017, p.38). La carte ci-dessous expose le maillage territorial du dispositif Osez Entreprendre. Ses conseillers agissent dans l'ensemble des QPV de Nantes Métropole pour toucher le plus grand nombre de personnes. La carte met aussi en valeur leur présence dans le centre-ville nantais pour ouvrir ses ressources entrepreneuriales aux habitants des QPV.

---

150 Cette expression a été utilisée par une conseillère de la BGE au sujet des permanences organisées à la MCTE.



Carte 4: Accéder au territoire par l'accompagnement d'Osez Entreprendre

Réalisation : Loréna Clément, OpenOffice Dessin, 2020.

L'intégration des entrepreneurs vivant en QPV au territoire intercommunal constitue d'autant plus un enjeu que ces derniers envisagent leur projet économique à l'échelle de l'agglomération et qu'ils accordent une attention particulière au centre-ville nantais car il représente un haut-lieu de visibilité et de légitimité des activités commerciales. Lorsque que je leur ai demandé en entretien de localiser leurs partenaires, leur clientèle, et l'endroit où ils souhaitaient ouvrir une boutique, le centre-ville était majoritairement cité.

#### 2.1.1.4 Une territorialisation nécessaire pour avoir les moyens d'agir

Une conseillère de Coopaname, une CAE implantée dans un QPV de Saint-Denis, accueille

principalement un public diplômé qui ne vit pas sur place lors des informations collectives qu'elle anime car « c'est vraiment une vraie difficulté d'avoir un public éloigné de l'emploi, vraiment un public de quartier » (mars 2018). D'abord, les habitants des QPV chercheraient plutôt un emploi rapidement rémunérateur car ils sont dans une situation économique précaire. Or la création d'activité en CAE « demande du temps, c'est vraiment un projet de vie. À long terme. Alors que je pense qu'il y a plus de besoins immédiats dans les quartiers ». Ensuite, la sensibilisation des entrepreneurs des QPV nécessiterait « d'imaginer, de créer un dispositif particulier. Je pense qu'il faut vraiment aller à la rencontre de ces personnes-là, aller dans les quartiers, faire des actions de sensibilisation vraiment dans les quartiers, essayer de faire quelque chose régulièrement ». Demandant plus d'efforts et de temps, ces actions locales nécessitent un budget spécifique pour employer une personne en charge de développer des relations avec les acteurs des QPV comme les missions locales ou les associations de quartier. Malgré sa critique, la différenciation spatiale est finalement mobilisée par les structures d'accompagnement étudiées car elle leur permet d'obtenir des moyens supplémentaires pour agir auprès de publics qui requièrent davantage de mobilisation. Osez Entreprendre est entièrement financé par l'appel à projet dédié à l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV porté par Nantes Métropole, l'État, et la BPI. De son côté, la Miel ne touche pas de financements liés au contrat de ville car elle ne cible pas directement les habitants des QPV mais elle reçoit des subventions régionales pour son programme de mentorat à destination des entrepreneurs des QPV. En partenariat avec l'AFE, l'Île-de-France a débloqué 88 0000 euros pour accompagner les entrepreneurs de la région sur la période 2018-2020 dont 1 000 par an doivent être issus des QPV. Dans une course permanente aux financements, les structures reconnaissent qu'elles accompagneraient moins les entrepreneurs qui vivent des situations précaires si aucun budget spécifique ne leur était alloué. Critiques face à l'absence de droit commun dans les QPV, elles estiment n'avoir d'autre choix que d'utiliser le soutien financier de la territorialisation pour pouvoir agir.

La territorialisation de l'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV apparaît comme une solution pour donner les moyens d'agir malgré les effets de stigmatisation qu'elle peut entraîner. Elle représente un pis-aller pragmatique qui vise à apporter des ressources entrepreneuriales et financières pour réduire les inégalités afférentes à la création d'activité. Mais cette politique publique ne repose pas seulement sur un critère spatial : elle cible aussi certains publics.

## 2.1.2 Une politique territoriale qui spécifie certains publics

### 2.1.2.1 Une orientation nationale sur les « personnes éloignées de l'emploi »

Des critères sociaux structurent le critère spatial de la politique de la ville, imbriquant la logique *people-based* à la logique *placed-based*<sup>151</sup>. Les acteurs administratifs nationaux ciblent les « personnes éloignées de l'emploi » dans les conventions d'objectifs relatives au soutien à la création et au développement d'activité en quartiers prioritaires. Cette expression est utilisée en 2014 quand la réforme de la politique de la ville pose les jalons des mesures d'accompagnement à l'entrepreneuriat. Celles-ci s'inscrivent à la fois dans une stratégie de développement économique local et dans une stratégie en faveur de l'emploi. Outre l'accent porté sur le public historique des demandeurs d'emploi qui perdure depuis la montée en puissance d'un chômage structurel dans les années 1980, l'État désigne les femmes et les jeunes comme les publics prioritaires à accompagner dans la création et le développement d'activité en QPV. C'est ce que révèle un ensemble de textes interministériels<sup>152</sup> qui prône un « développement d'actions spécifiques en faveur des personnes les plus éloignées de l'emploi, notamment les jeunes et les seniors » (Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique et al., 2014, p.4) mais aussi le « développement de l'entrepreneuriat féminin » (*ibid.*, p.5) en favorisant « le soutien et le développement de la création d'entreprise par les femmes » (Ministère des droits des femmes, de la ville, de la jeunesse et des sports, CDC, 2014, p.7). Il s'agit de « contribue[r] à lever les freins périphériques à l'insertion professionnelle, des jeunes et des femmes » (Ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, ministère de la Ville, de la jeunesse et des sports, 2015, p.16). L'importance accordée aux femmes et aux jeunes dans les QPV s'explique par leurs taux d'inactivité les plus forts (ONPV, 2021) et par l'existence d'un ministère qui regroupe les droits des femmes, la ville, la jeunesse et les sports à l'époque de la réforme de la politique de la ville. Dans ce cadre, trois priorités transversales traversent les trois piliers des contrats de ville : l'égalité femmes-hommes, la jeunesse, et la lutte contre les discriminations. Ces priorités sont toujours d'actualité comme l'expose le dossier de presse du CIV du 29 janvier 2021 qui propose d'accompagner les « créateurs d'entreprises les plus fragiles » en doublant le volume des prêts

---

151 Schématiquement, l'approche *people* des politiques urbaines vise à renforcer les capacités et la mobilité des individus tandis que l'approche *place* entend agir sur les lieux davantage que sur les personnes.

152 Il s'agit notamment de la convention *Agir pour l'emploi et la création d'activité* signée par l'État et la CDC ou de la circulaire interministérielle n°CAB/2015/94 du 25 mars 2015 relative à la mise en oeuvre des mesures en faveur des quartiers prioritaires de la politique de la ville dans le champ du développement de l'activité économique et de l'emploi.

d'honneurs accordé aux demandeurs d'emploi et en soutenant « l'entrepreneuriat au féminin » (Gouvernement, 2021, p.27). L'accompagnement à la création et au développement d'activité en politique de la ville s'approche d'une logique d'*affirmative action* mise en oeuvre aux États-Unis. Cette dernière vise à faciliter l'accès des minorités à des positions sur des marchés concurrentiels en mettant en place des mesures de discrimination positive. Le ciblage de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV en faveur des jeunes et des femmes s'inscrit dans cette veine en individualisant des dispositifs conçus à partir d'une catégorisation spatiale.

### 2.1.2.2 Les femmes, gagnantes de la politique locale d'accompagnement

La priorité accordée aux femmes et aux jeunes par les administrations centrales à travers l'entrée spatiale de la politique de la ville a des répercussions locales. Par exemple, le nouvel appel à projet Osez Entreprendre lancé en 2021<sup>153</sup> demande aux candidats de focaliser leurs actions sur les femmes, les jeunes, et les dirigeants d'entreprise sans accompagnement implantés en QPV. Lors de l'enquête de terrain, les structures étudiées ciblent surtout les femmes qui constituent aussi une priorité de la politique générale du soutien à l'entrepreneuriat en France. Lors des Assises de l'entrepreneuriat en 2013, le président François Hollande a lancé le plan « Entreprendre au féminin » pour que les femmes représentent 40 % des créateurs d'entreprise en 2017. Les acteurs politiques expliquent ce choix en évoquant un dynamisme entrepreneurial des femmes deux fois moins important que celui des hommes (AFE, 2018). En 2019, les travailleuses indépendantes représentent 4,5 % des actives occupées qui résident en QPV alors que ce statut concerne plus de 7 % des actifs totaux. Cette politique française en faveur de l'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans un contexte européen qui préconise la mise en œuvre de dispositifs de discrimination positive qui affermissent la position des femmes sur le marché du travail<sup>154</sup>. Elle s'inscrit aussi dans un contexte mondial où des organismes internationaux tels que la Banque Mondiale encouragent l'entrepreneuriat des femmes dans un objectif de développement économique, social, et territorial.

Bien que les femmes entreprennent moins que les hommes, celles qui se lancent dans la création d'activité sont proportionnellement plus accompagnées. Alors qu'elles ne représentent

---

153 L'appel à projet précédent s'étend de 2018 à 2020.

154 Inspiré par une vision anglo-saxonne du droit, un ensemble de programmes européens préconise une discrimination positive en faveur des femmes. Le premier remonte au traité de Rome de 1957 qui insiste sur la mise en œuvre d'un traitement inégal pour rétablir l'égalité entre les sexes sur le marché du travail.

que 30 % des créations annuelles d'entreprises, elles représentent 39 % à 45 % du public des structures historiques de l'accompagnement à la création et au développement d'activité à l'échelle nationale (Van de Walle, Aldeghi, 2015). Des travaux en sciences de gestion insistent sur la nécessité d'aider les entrepreneuses en différenciant les modalités d'accompagnement par rapport aux hommes (Santoni, 2018 ; Lebègue, 2015). La féminisation du public accompagné se constate au niveau de la Miel et d'Osez Entreprendre. D'après leurs différents rapports d'activité, 53 % des entrepreneurs accompagnés par la Miel en 2018 sont des femmes alors qu'elles représentaient 40 % du public en 2017 et 20 % du public en 2004. A Osez Entreprendre, les femmes atteignent 53 % des personnes suivies en 2019 contre 49 % en 2018. Ce constat se retrouve dans les entretiens effectués. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 18 sont des femmes. Cette féminisation de l'accompagnement entrepreneurial s'explique de plusieurs façons. Le manque de confiance des femmes conduirait celles-ci à chercher plus d'écoute et d'accompagnement que les hommes. Par ailleurs, les structures d'accompagnement ont intégré les prérogatives gouvernementales en proposant des actions spécifiques en faveur des entrepreneuses pour réduire les inégalités de genre à la création effective d'activité<sup>155</sup>. C'est le cas de la Miel et d'Osez Entreprendre qui ont organisé des événements destinés aux femmes, privilégiant ce public par rapport aux jeunes.

### 2.1.2.3 Un public « éloigné de l'emploi » hiérarchisé

A travers l'expression « personnes éloignées de l'emploi » édictée par les acteurs administratifs nationaux de la politique de la ville, la Miel et Osez Entreprendre ciblent les femmes mais aussi les demandeurs d'emploi. Si le statut de demandeur d'emploi constitue souvent un critère pour être accompagné par des structures qui s'inscrivent en continuité des politiques publiques nationales lancées à la fin des années 1980 qui valorisent l'entrepreneuriat pour lutter contre la hausse du chômage, les individus accompagnés sont moins des demandeurs d'emploi de longue durée que de demandeurs d'emploi récents. Parmi les 27 personnes enquêtées, 10 ont ou vont quitter leur emploi salarié pour devenir entrepreneur dans une logique de reconversion professionnelle. L'inscription à Pôle Emploi relève alors d'un choix motivé plus que d'un choix subi. Ce cas de figure concerne surtout les personnes accompagnées par la Miel. Généralement intégrées aux réseaux institutionnels, celles-ci ont franchi d'elles-mêmes les portes de la structure. Les demandeurs d'emploi que j'ai rencontrés qui sont concernés par un contrat de travail arrivé à terme et/ou par un manque de

---

155 Alors que les femmes constituent 53 % du public accompagné par la Miel en 2018, elles représentent seulement 39 % du public qui crée effectivement une entreprise.

débouchés professionnels sont aussi habitués à fréquenter les institutions publiques telles que les missions locales ou les maisons de l'emploi. Principaux prescripteurs des structures d'accompagnement étudiées, ces acteurs de l'emploi et de l'insertion influencent le profil des candidats à l'entrepreneuriat en envoyant surtout des individus insérés dans leurs réseaux à la Miel et à Osez Entreprendre. Ces dernières accueillent donc peu de demandeurs d'emploi de longue durée et/ou réellement « éloignés ».

De fait, ces structures accompagnent les situations les moins précaires. Certains conseillers enquêtés questionnent d'ailleurs la pertinence d'accompagner toutes les personnes éloignées de l'emploi. L'accueil ouvert à l'ensemble des individus d'un territoire conduit les conseillers à suivre une hétérogénéité de profils entrepreneuriaux à laquelle ils ne peuvent pas toujours s'adapter. Ils interrogent les bénéficiaires de l'accompagnement pour les porteurs de projet qui ont des compétences entrepreneuriales limitées et qui vivent dans une situation socio-économique précaire. Ceux-ci nécessitent parfois un accompagnement social préalable à l'accompagnement entrepreneurial car les conseillers sentent que leurs compétences professionnelles sont dépassées. C'est ce qu'évoque une conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 qui a déclaré à propos « des gens qui n'ont souvent pas la culture française de l'administratif » : « Ils se la prennent en pleine tronche [rires]. Quand ils commencent vraiment à aller sur le terrain et à bosser. Très clairement, on en perd pleins en cours de route à ce moment-là. Ils viennent au début quand c'est tout beau, tout rose, qu'on travaille sur les outils de communication, les choses comme ça. A partir du moment où il faut y aller, ils disparaissent. [...] Je pense que c'est un aspect qui est important dans les QPV. Est-ce que nous, on a tous les bons codes ? Je ne sais pas. Peut-être qu'à mon avis, il y a à améliorer les choses, toujours améliorer les choses. Par contre, c'est sûr qu'on a, nous, notre culture très franco-française, réglementaire, tout ça. Et eux ne l'ont pas. Donc je pense qu'il y a des freins. Je caricature, ce n'est pas toujours ce cas-là. Ce n'est pas si simple que ça. Mais je pense que c'est le fait de différences comme ça qui n'est pas simple à gommer » (octobre 2018). Ne pouvant répondre à leurs besoins, des conseillers récusent l'idée d'accompagner les entrepreneurs les plus « éloignés » car la création d'entreprise est une démarche longue qui requiert un minimum de ressources initiales de la part du porteur de projet.

#### 2.1.2.4 Quel accompagnement des personnes d'origine étrangère ?

Les propos de la conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 sous-entendent que l'origine étrangère des

individus peut constituer un frein à leur démarche entrepreneuriale quand elle les écarte de la culture institutionnelle française. Si la question du genre est prise en compte dans la politique nationale de soutien à l'entrepreneuriat, il en va différemment de l'origine. Tandis que les spécificités d'accompagnement des entrepreneuses sont visibilisées, celles des entrepreneurs d'origine étrangère sont passées sous silence. Alors qu'ils représentent une part importante des individus accompagnés par la Miel et par Osez Entreprendre, leur origine n'est jamais évoquée par les conseillers enquêtés. Lorsque je leur demandais de décrire les profils d'entrepreneurs qu'ils suivaient, ces derniers citaient l'âge, le sexe, le niveau de diplôme, ou encore la situation économique. L'absence de prise en compte des origines étrangères dans l'accompagnement à l'entrepreneuriat a des conséquences sur le processus de création d'activité. Des individus enquêtés ont déploré l'incapacité de leur conseiller à les aider à monter des partenariats à l'étranger et plus précisément en Afrique. C'est le cas de l'entrepreneur du BTP accompagné par Osez Entreprendre qui souhaite développer sa structure de conteneur métallique au Cameroun, de la traiteuse de plats gourmets africains accompagnée par la Miel qui a organisé un événement à Abidjan, ou encore d'un chauffeur VTC accompagné par Osez Entreprendre qui désire ouvrir une boutique de vente de produits téléphoniques chinois et d'accessoires de beauté européens au Maroc et qui cherche des fournisseurs étrangers qui lui vendraient des produits à des tarifs de gros.

Deux hypothèses peuvent expliquer le mutisme des conseillers rencontrés vis-à-vis de l'origine étrangère. D'abord, ils se concentreraient sur d'autres aspects de l'activité économique faute de compétences pour accompagner les projets transnationaux. Ensuite, ils s'inscriraient en continuité du système politique français qui revendique un universalisme républicain et qui interdit toute statistique ethnique. Un ensemble de travaux de sciences sociales montre que la figure d'une République française une et indivisible, universaliste et égalitaire, va à l'encontre de la reconnaissance de la race comme mode d'appréhension des inégalités sociales (Amiriaux, Simon, 2006). Cette posture se retrouve dans la politique locale d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. L'origine étrangère et ses discriminations afférentes freinent parfois le parcours d'entrepreneurs. L'absence d'un accompagnement en faveur des personnes d'origine étrangère et racisées conduit à renforcer leurs difficultés car les conseillers individualisent leurs problèmes sans questionner les inégalités sur lesquelles ils se fondent. Par exemple, des conseillers ont évoqué des difficultés d'accès au crédit bancaire sans en expliciter la cause et en redirigeant les personnes concernées au cas par cas vers une

institution financière partenaire.

Si la politique nationale et locale du soutien à l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires cible explicitement des publics en fonction du genre et de la situation économique, elle omet la dimension ethno- raciale. Peut-être alors que l'entrée spatiale par les QPV constitue en soi une mesure qui vise à toucher indirectement les entrepreneurs d'origine étrangère au vu de la concentration des habitants de première et de deuxième génération d'immigration dans ces territoires. Cette hypothèse s'appuie sur les affirmations de plusieurs chercheurs en sciences sociales qui estiment que la politique de la ville<sup>156</sup> fonctionne « comme euphémisme des difficultés spécifiques des populations dites « issues de l'immigration » qu'on ne veut ni voir ni compter » (Hancock, 2009, p.64). Il s'agit de cibler des groupes spécifiques sans reconnaître les discriminations liées à leur nationalité et/ou à leur couleur de peau grâce à des mesures spatialisées qui permettraient de les dissimuler (Doytcheva, 2016 ; Kirszbaum, 2016). Une enquête approfondie serait nécessaire pour confirmer ou infirmer cette hypothèse dans le cas de la politique de soutien à l'entrepreneuriat.

La territorialisation en QPV de l'accompagnement à la création et au développement d'activité tire les acteurs locaux entre la reconnaissance d'une spécificité et le danger d'une stigmatisation. Elle s'avère malgré tout nécessaire pour se doter de moyens d'action. L'entrée spatiale cache toutefois des inégalités, notamment raciales, alors que le genre est pris en compte. Elle pose ainsi la question de la priorisation de certains publics par rapport à d'autres dans le soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Il convient maintenant d'analyser les objectifs qui sous-tendent l'existence de cette politique au contexte territorial et social particulier.

---

156 A l'époque de l'article cité, il s'agit encore des ZUS et non des QPV.

## 2.2 Un accompagnement entrepreneurial porté par des objectifs sociaux

### 2.2.1 Un accompagnement social et psychologique

#### 2.2.1.1 La confiance en soi plus que la croissance économique

Tendu entre un pôle social et un pôle économique qui structurent la politique nationale de soutien à l'entrepreneuriat en QPV, l'accompagnement proposé par la Miel et par Osez Entreprendre rejoint davantage le premier. Accueillant principalement des individus qui cherchent leur place dans le nouvel univers que représente pour eux l'entrepreneuriat, les conseillers entendent renforcer leur confiance en eux plus que la croissance de leur projet. C'est ce que montre la narration de l'événement « Créa au féminin » détaillée ci-dessous.

*Créa au féminin : « conseils », « témoignages », « échanges », « informations » (novembre 2019)*

« Créa au Féminin » s'est déroulée sur une journée et demie dans la maison de quartier des Dervallières, un QPV dans l'ouest nantais. La première journée a été consacrée à des ateliers collectifs. La quarantaine de femmes présentes a pu suivre deux formations parmi les quatre proposées : « se poser les bonnes questions », « trouver la bonne idée », « pitcher son projet », et « se faire confiance pour entreprendre » qui prenait la forme d'exercices de théâtre. La seconde journée était une séance plénière de témoignage d'expériences. Le matin du premier jour, j'ai participé à l'atelier « se poser les bonnes questions » de 9h30 à 12h30. Il a débuté par une présentation ludique<sup>157</sup> de chacune des 13 femmes présentes debout en cercle. S'est ensuivi un temps d'échanges autour de mots-clefs écrits sur des post-it concernant les éléments nécessaires pour entreprendre et pour créer son entreprise, puis du même exercice concernant les apports de la banque et comment la choisir. Les femmes faisaient part de leur expérience en prenant la parole de manière naturelle et informelle. Les formateurs, à savoir une conseillère de l'Ouvre-Boite 44 et le nouveau référent France Active d'Osez Entreprendre, intervenaient pour gérer l'heure et apporter ponctuellement des informations précises. L'après-midi, j'ai participé à l'atelier « trouver la bonne idée » organisé par une conseillère de la BGE de 13h30 à 16h30 avec cinq autres femmes. A tour de rôle, chacune a choisi trois photographies parmi une centaine proposée et a expliqué son choix à l'auditoire. Ce dernier devait alors dresser son portrait psychologique et présenter ses domaines d'activité potentiels en discutant à haute voix pendant que la personne analysée restait silencieuse afin de ne pas influencer les propos tenus. A la fin, elle donnait son avis sur le résultat obtenu. Durant la matinée plénière du deuxième jour, cinq femmes ont présenté leur parcours entrepreneurial. Un animateur entrecoupait leur exposé en

157 Une femme se présentait en racontant n'importe quelle information la concernant qu'elle souhaitait partager. Dès qu'une information correspondait à la situation d'une autre femme, cette dernière était censée prendre la parole et se raconter à son tour. Cette forme de présentation a favorisé une circulation fluide de la parole et a mis en valeur des points communs entre les femmes, créant une certaine complicité.

interagissant avec la salle, nous proposant d'échanger nos expériences par groupe de trois sur les thèmes de « l'audace » et de « l'intuition ». Le contenu des formations proposées durant l'événement s'adresse surtout à des porteuses de projet encore en construction. Moins axées sur le déploiement de l'activité économique que sur l'échange d'expériences professionnelles et personnelles dans une atmosphère conviviale, les formations relèvent davantage de l'esprit d'entreprendre que de l'entrepreneuriat entendu comme la création et le développement d'activités économiques. L'imitation de la démarche de Beyoncé devant toute la salle par une participante revendiquant qu'il faut « oser et s'imposer » en conclusion de la séance plénière illustre le caractère bon enfant de l'événement ciblé principalement sur la légitimité entrepreneuriale des femmes. Il s'agit d'acculturer les porteuses de projet aux compétences entrepreneuriales en se posant « les bonnes questions » et en trouvant « la bonne idée » à travers une animation accessible qui joue sur la convivialité et l'aspect personnel pour les toucher. Les mots-clefs et le design choisis pour le flyer de l'événement vont dans ce sens : les bulles colorées ont remplacé l'image de l'entrepreneur en chemise derrière son ordinateur portable bien que l'entrepreneuse à l'allure décontractée reste professionnelle en téléphonant.



Illustration 38: Affiche de la journée Créa au féminin

Réalisation : Osez Entreprendre, 2019.

### 2.2.1.2 La sécurité plus que la rentabilité

Les conseillers enquêtés cherchent à consolider et à stabiliser le projet des personnes qu'ils accompagnent davantage qu'à le développer. Face à un public parfois en situation socio-économique précaire et/ou dont les connaissances entrepreneuriales sont limitées, ils adaptent

le format et le contenu de leur accompagnement pour que la démarche entrepreneuriale ne les fragilise pas plus. Par exemple, le manque initial de financement des personnes accompagnées a des conséquences sur leur processus d'accompagnement. Le conseiller adapte sa durée selon les urgences économiques et familiales de l'entrepreneur et il l'informe des risques à utiliser ses fonds propres. En cherchant d'abord à sécuriser sa situation financière pour éviter de le précariser davantage, le conseiller réduit la prise de risques et l'ambition du projet qui lui est présenté. Il s'agit moins de pousser l'entrepreneur à voir plus loin et plus grand qu'à le conforter en l'incitant à avancer pas à pas. Cette posture est reprochée par les entrepreneurs enquêtés dont les projets prennent de l'ampleur. C'est le cas de 10 entrepreneurs parmi les 27 enquêtés qui critiquent l'utilité du réseau institutionnel proposé par la Miel et par Osez Entreprendre. Selon eux, le carnet d'adresses des structures n'est pas adapté à un entrepreneur lancé depuis plusieurs années qui veut se déployer. De plus, la surreprésentation numérique des porteurs de projet dans les formations collectives les rendent peu attractives pour les entrepreneurs avancés car les informations transmises relèvent davantage des compétences techniques de base que des compétences managériales qui renforcent la capacité de communication et de direction. Par ailleurs, les entrepreneurs y rencontrent peu de chefs d'entreprise et/ou d'acteurs économiques d'envergure, ce qui empêche leur intégration dans des réseaux d'affaires plus conséquents. C'est ce que montre l'exemple ci-dessous dans lequel une entrepreneuse compare l'accompagnement suivi à la Miel et à Sport dans la ville.

*« A la Miel, on a plus conforté mon idée que la déconstruire » (octobre 2019)*

Pendant notre second entretien, l'entrepreneuse qui gère un site internet de mise en réseau d'entrepreneurs compare les accompagnements de la Miel à ceux du programme de quatre mois d'« Entreprendre dans la ville ». Tandis que le premier vise à « avancer dans les rails de mon projet. Parce qu[e le conseiller] n'avait pas le temps, ni les outils, pour pouvoir le déconstruire et le reconstruire », le second vise à repositionner : « Tu arrives avec une idée, on te dit : « On repart à zéro ». Et tu ne vas pas finir avec la même idée, parce que si ça n'a pas fonctionné jusqu'à présent, c'est qu'il y a un truc qui ne va pas. Donc on déconstruit pour reconstruire ». L'accès à des cours de qualité donnés par des professeurs reconnus de l'EM Lyon business school ainsi qu'à un espace de coworking qui lui procure un lieu de travail physique permet à l'entrepreneuse de renforcer son projet économique et sa confiance en elle : « Parce que je suis vraiment dans un écosystème qui booste, en fait. Je ne suis plus toute seule, vraiment. Là, pour le coup, je sens que je peux m'appuyer sur, déjà, ne serait-ce que le groupe qu'on a formé : les 15 entrepreneurs plus les accompagnants. Plus le fait d'avoir cette légitimité d'être recrutée par l'EM Lyon. Je me dis que ton projet a été sélectionné entre je ne sais pas combien de projets par l'EM Lyon. Tu dis : « Ok, tu tiens quelque chose, quand même ». Du coup, voilà, en termes de motivation, ça me booste ». Si la Miel l'a initiée et lui a ouvert les portes du programme « Entreprendre dans la ville », c'est surtout ce dernier qui la légitime en tant qu'entrepreneuse : « ça le rend concret pas juste pour moi, et ça me rassure dans le fait que je tiens quelque chose. Parce qu'avant, je savais que je tenais quelque

chose mais j'étais presque toute seule à y croire, même si j'étais accompagnée par la Miel ». Durant les phases de formation et d'incubation, l'entrepreneuse rencontre de nouveaux partenaires. Elle s'inscrit dans un réseau entrepreneurial d'une autre envergure que le réseau de la Miel où les contacts établis se limitent généralement à ses partenaires institutionnels et aux porteurs de projet qu'elle accompagne : « A la Miel, c'est plutôt des porteurs de projet qui n'ont pas encore créé. Quand j'ai compris ça, aux événements, je tarde moins dans les *networking* ».

L'objectif principal des structures d'accompagnement étudiées consiste moins à apporter des stratégies de développement entrepreneurial qu'à acculturer le plus grand nombre aux problématiques générales de l'entrepreneuriat. Elles incitent à avancer « petit à petit », d'après cette expression utilisée fréquemment en entretien à la fois par les conseillers et par les entrepreneurs qui l'ont assimilée.

### 2.2.1.3 La recherche de « sorties positives » plus que la création d'entreprises employeuses

Si le développement économique est l'une des finalités édictées dans les textes administratifs nationaux relatifs au soutien à l'entrepreneuriat en QPV, il n'est pas forcément repris par les acteurs locaux qui le mettent en œuvre. La création d'activité n'apparaît pas comme une finalité. Les conseillers enquêtés affirment que celle-ci nécessite des ressources difficilement mobilisables pour beaucoup de personnes accompagnées. Mises à part des activités qui peuvent être lancées sans moyens et rapidement comme le VTC ou le BTP, la création effective requiert du temps<sup>158</sup>. En outre, la création juridique ne signifie pas la pérennité de l'entreprise. Lors des entretiens, tous les conseillers et représentants de collectivité territoriale s'opposent à un objectif quantifié de création d'entreprises car cela n'assurerait pas la sécurité professionnelle et financière des personnes suivies. Réalistes vis-à-vis du contexte local, les conseillers axent leur mission sur la réorientation des individus accompagnés dans une perspective plus proche du travail social que du développement économique. Cette position est soutenue par leurs financeurs. Ceux d'Osez Entreprendre n'établissent pas de seuil de création d'entreprises à atteindre chaque année alors qu'ils en déterminent un en ce qui concerne l'accueil et l'accompagnement des personnes. Leur évaluation repose d'abord sur des aspects sociaux comme le révèlent les bilans d'activité du dispositif qui insistent davantage sur le nombre de « sorties positives » des entrepreneurs suivis que sur le nombre d'entreprises

<sup>158</sup> Pour autant, le taux de création d'activité n'est pas si bas à la Miel et à Osez Entreprendre. En 2018, il est respectivement de 37 % et de 42 %. Par comparaison, le taux de création de la BGE au niveau national se situe à 32 %.

créées. Ces « sorties positives » se déclinent en trois formes : le retour à l'emploi salarié, la création d'entreprise, le suivi d'une formation professionnalisante. Il en va de même dans les bilans d'activité de la Miel.

Si la création d'emploi est une autre finalité édictée par les textes administratifs nationaux relatifs au soutien à l'entrepreneuriat en QPV, les structures étudiées ne mettent pas non plus cet enjeu en valeur. D'abord, la démarche entrepreneuriale conduit rarement à créer son propre emploi. Comme l'illustrent les données citées précédemment, les porteurs de projet arrivent peu à créer légalement leur entreprise et donc leur emploi. En outre, il s'agit essentiellement de micro-entreprises lorsqu'ils y parviennent. Ils embauchent rarement un ou plusieurs salariés. Les entrepreneurs employeurs travaillent généralement dans leur secteur depuis longtemps et ils possèdent une entreprise âgée de plusieurs années. C'est le cas de l'entrepreneuse vendant du storytelling aux entreprises qui a été évoquée dans le chapitre précédent et d'un entrepreneur gérant deux entreprises de BTP qui a été accompagné par la Miel. Tous deux ont travaillé pendant 16 ans dans la même entreprise avant de créer une activité similaire, respectivement en 2014 et en 2013. Ils salarient actuellement deux personnes et constituent une exception par rapport aux autres entrepreneurs enquêtés. Ces derniers se déclinent en plusieurs profils : 14 d'entre eux consolident encore leur activité et ont choisi de se lancer seuls, 4 d'entre eux consolident encore leur activité en s'associant avec des amis et/ou des membres de leur famille, 5 d'entre eux ont une activité stable pour laquelle ils emploient un membre de leur famille et/ou des contrats à durée déterminée de manière épisodique. Enfin, la création d'emploi par la création d'entreprise ne signifie pas pour autant que cet emploi soit viable. En général, l'emploi créé est précaire. La rémunération que les entrepreneurs tirent de leur travail est rarement suffisante pour subvenir à leurs besoins. La grande majorité des entrepreneurs s'appuie sur des indemnités Pôle Emploi et/ou sur son cercle familial pour vivre, voire cherche un nouvel emploi salarié pour financer son projet d'entreprise. Au moment des entretiens, 11 entrepreneurs enquêtés vivent des allocations chômage de Pôle Emploi, 1 vit de l'Accre, 1 vit du revenu de solidarité active (RSA), 3 vivent du revenu de leur emploi salarié, 1 vit du revenu d'un service civique, 1 vit d'emplois intérimaires, et 3 vivent du salaire de leur conjoint. Les 6 restants se rémunèrent par leur activité entrepreneuriale<sup>159</sup>.

---

159 La relative jeunesse des projets d'activité étudiés explique en partie cette précarité.

Bien que la création d'entreprises crée peu d'emplois, l'accompagnement entrepreneurial constitue une action en faveur de l'emploi en ce qu'elle conduit des personnes à retrouver un emploi salarié. Certaines personnes rencontrées ont décidé de chercher un emploi pour financer leur projet d'activité dans l'espoir d'en vivre un jour. D'autres abandonnent leur projet d'entreprise et retournent dans le monde du salariat. Les conseillers enquêtés envisagent d'ailleurs l'accompagnement comme un moyen de réintégrer les personnes qu'ils suivent au travail salarié. Similaires aux compétences valorisées dans les pratiques managériales des entreprises, les compétences acquises durant l'accompagnement faciliteraient le retour à l'emploi des individus dont le projet économique échoue. Bien que 9 des 27 entrepreneurs enquêtés citent explicitement le refus du salariat comme motivation principale à entreprendre, le suivi des conseillers a pour effet de renforcer leur employabilité.

Accueillant principalement des porteurs de projet éloignés du monde institutionnel de l'entrepreneuriat, la Miel et Osez Entreprendre s'adaptent à leur situation socio-économique en privilégiant la sécurité à la croissance. Cette approche sociale est visible dans leurs partenariats institutionnels.

## 2.2.2 *L'orientation sociale des partenariats institutionnels*

### 2.2.2.1 Des partenaires dans le champ social

La position de la Miel et d'Osez Entreprendre par rapport à l'emploi salarié et aux dimensions sociales de l'entrepreneuriat se traduit dans leurs partenariats institutionnels. Les acteurs de l'emploi et de l'insertion comme le Pôle Emploi et les maisons de l'emploi constituent leurs principaux prescripteurs. Ce constat est plus marquant à Osez Entreprendre qu'à la Miel. Par exemple, les conseillers du dispositif nantais organisent biennuellement la formation « Vis ma vie d'entrepreneur » pour sensibiliser leurs partenaires du monde de l'emploi et de l'insertion qui agissent en QPV. Le schéma ci-dessous résume l'inscription partenariale de la Miel et d'Osez Entreprendre entre les acteurs de l'économie et les acteurs du champ social qui dominant. Il montre toutefois que la Miel est davantage inscrite dans le monde économique qu'Osez Entreprendre<sup>160</sup>.

---

160 Les raisons seront détaillées dans le chapitre suivant.

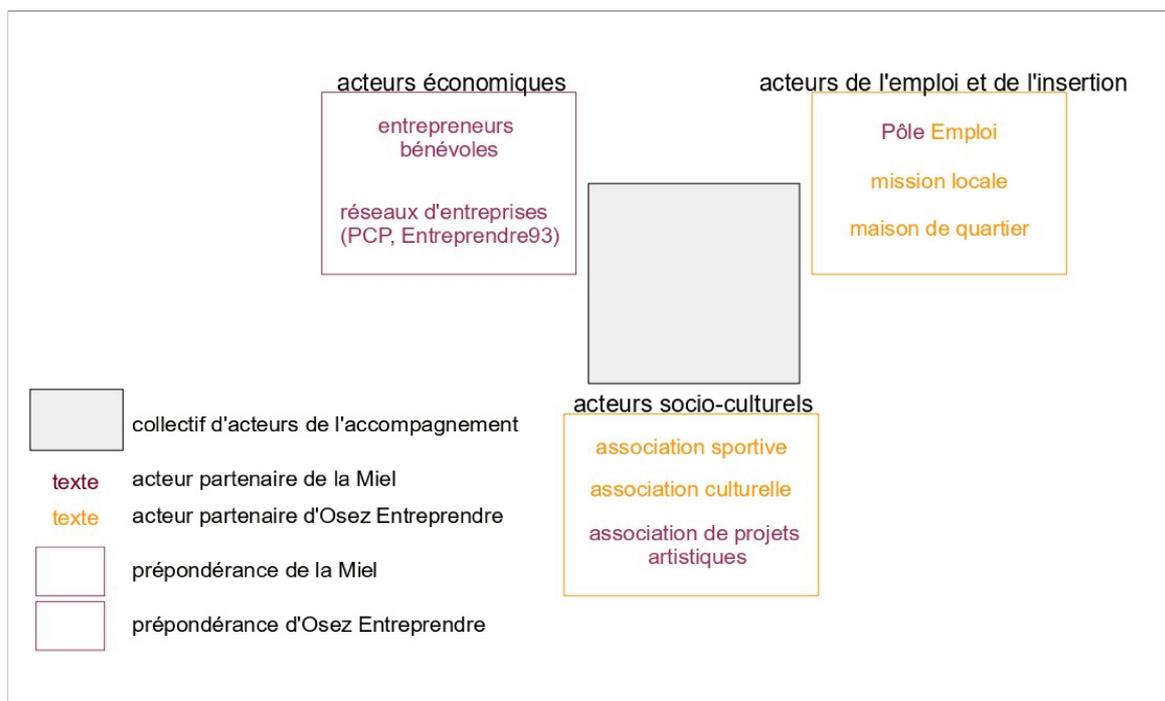


Illustration 39: Des partenariats institutionnels entre les champs économique et social

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

### 2.2.2.2 Des acteurs de la croissance économique à distance des QPV

La proximité des structures étudiées aux acteurs du champ social s'explique en partie par l'absence dans les QPV des acteurs du champ économique. Par exemple, les entreprises ne s'investissent pas dans l'accompagnement des dirigeants suivis par Osez Entreprendre. Alors que les conseillers ont contacté des entreprises locales pour créer un programme de mentorat et des partenariats commerciaux de proximité, celles-ci se sont montrées réticentes à s'impliquer car elles tirent peu d'intérêt à soutenir des projets traditionnels de petite ampleur selon les dires de la conseillère de la BGE qui coordonne le dispositif. Cette dernière a contacté la Fondation Agir contre l'exclusion (Face), réseau composé de milliers d'entreprises visant à réduire les inégalités sociales, dans l'espoir de monter des parrainages entre ses chefs d'entreprise et les entrepreneurs qu'elle accompagne. Plus d'un an et demi après la première prise de contact, le parrainage n'existe toujours pas. En outre, les actions de développement économique qui englobent le mécénat de compétences représentent une minorité des mesures

mises en œuvre dans la charte « Entreprises et quartiers » qui a été signée par plus de 40 entreprises en Loire-Atlantique en 2018 : seules 14 % des actions y sont dédiées. Le faible soutien apporté aux entrepreneurs à potentiel de développement par rapport aux petits porteurs de projet ne résulte donc pas seulement de la posture des conseillers d'Osez Entreprendre. Il dépend aussi des acteurs économiques locaux, ainsi que des stratégies des acteurs politiques locaux.

A Nantes Métropole, la déconnexion administrative du champ du développement économique et du champ de la politique de la ville<sup>161</sup> freine les capacités d'action du dispositif d'accompagnement. Ses conseillers souhaitent suivre des dirigeants ayant créé leur activité hors d'Osez Entreprendre mais il n'existe pas de données statistiques et cartographiques intercommunales qui recensent leur existence juridique. De plus, la plateforme de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) créée et gérée par Nantes Métropole n'associe pas Osez Entreprendre. Cette situation complique la prise de contact entre les conseillers et des mentors prêts à intervenir auprès des entrepreneurs des QPV. Le chargé de mission de Résovilles<sup>162</sup> a contacté des entreprises en ce sens dès 2016, mais il n'a obtenu une première réponse qu'en février 2020.

La distance des acteurs du développement économique n'est pas toujours mal perçue par les conseillers enquêtés. C'est le cas d'une conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 et d'un conseiller de l'Adie d'Osez Entreprendre qui ne regrettent pas l'absence de la CCI et de la CMA car ils considèrent que ces institutions sont inadaptées aux publics qu'ils accompagnent en QPV. En effet, les dirigeants d'entreprise en développement en constituent une part minoritaire, comme l'illustre d'ailleurs le manque de participants aux « *teams* Osez Entreprendre ».

### 2.2.2.3 Une approche sociale qui stigmatise les QPV ?

L'angle social de l'accompagnement en QPV proposé par les structures étudiées questionne la (re)production des inégalités et la stigmatisation territoriale. Pour plusieurs acteurs institutionnels et entrepreneurs rencontrés, la primauté accordée à la sécurisation du parcours entrepreneurial représente une forme de discrimination car elle freine le développement des activités des personnes établies en QPV. C'est ce qu'illustre l'exemple de l'entrepreneur du BTP cité dans le chapitre précédent ou celui d'une coiffeuse dont le parcours est décrit ci-dessous.

---

161 Cette déconnexion est détaillée dans le chapitre suivant qui traite le contexte politique local.

162 Résovilles est le centre de ressources dédié à la politique de la ville en Bretagne-Pays de la Loire.

*« On m'a conseillée d'être à domicile mais je voulais avoir un local » (novembre 2018)*

Après avoir vendu des soins à domicile, parfois chez des clientes méprisantes, une entrepreneuse a décidé d'ouvrir son propre institut d'esthéticienne. Agée d'environ 35 ans, camerounaise, autodidacte, mère de plusieurs enfants, elle est suivie par Osez Entreprendre. Lors d'un entretien, elle relate ses échanges avec sa conseillère BGE qui l'a dissuadée de louer un local car cela nécessite des fonds importants : « C'était aussi parce qu'elle voyait que je ne pouvais pas obtenir un crédit, que je n'avais pas d'apport. Je n'avais pas d'apport ». Déterminée, l'entrepreneuse passe outre ces précautions. Débrouillarde, elle s'arrange et parvient à décrocher un crédit bancaire de 35 000 euros considéré comme un prêt personnel : « Heureusement que [la banque] ne m'a pas demandé ce que je voulais faire avec l'argent [...] Si j'avais demandé un prêt professionnel, peut-être que je ne l'aurais pas eu. Donc mon étude de marché n'était pas terminée. J'ai été demander mon prêt, je l'ai obtenu. Et c'est là que je suis retournée voir ma conseillère en lui disant que j'avais les sous ». Elle prend ensuite un an à monter une étude de marché pour évaluer ses besoins avec l'aide de la BGE qui la soutient maintenant dans ce projet.

La posture protectrice de la conseillère peut paraître méprisante et/ou frustrante car elle réduit l'ambition de l'entrepreneuse. Jugeant que cette pratique d'accompagnement relève avant tout de la « remobilisation sociale » (juillet 2019), un représentant de la BPI estime qu'elle révèle l'incapacité des conseillers à considérer les entrepreneurs des QPV de la même manière que les entrepreneurs d'autres territoires car ils s'attarderaient sur leurs difficultés sociales plus que sur leur potentiel économique.

En caractérisant leur accompagnement de « canard boiteux », il sous-entend par ailleurs leur manque de compétences qui déprécierait les entrepreneurs de ces territoires. Ce constat est partagé par des individus enquêtés qui cherchent à développer leur entreprise déjà pérenne. Ils disent se sentir incompris et dévalorisés en tant qu'entrepreneur par des conseillers qu'ils jugent illégitimes car ils n'ont pas l'expertise d'usage de la création d'activité. Une entrepreneuse qui a plus de dix ans d'expérience et qui commence à monter des projets à l'international témoigne au sujet d'une des conseillers qu'elle a rencontrés : « C'était une petite gamine d'une vingtaine d'années. Je l'ai regardée, j'ai dit : « Euh... ». Une gamine d'une vingtaine d'années, qui sort de l'école, qui doit me dire comment entreprendre. Ce n'est pas une critique. Mais : « Tu as quelle expérience ? Tu vois, ce que je vais te dire, mes trucs, tu ne sais pas vraiment ce que c'est. Tu as juste lu dans un livre qu'il fallait faire comme ci, comme ça. Mais ce que le livre te dit, c'est un truc généraliste, ce n'est pas la réalité du terrain, quoi. Tu vois ? » (septembre 2019).

Des conseillers enquêtés reconnaissent leurs limites à soutenir les projets à potentiel de développement existant dans les QPV. Ils déclarent transmettre des informations basiques lors

des temps communs. Pendant une discussion informelle, une conseillère de l'Adie a énoncé que les animateurs des formations collectives proposées par son association sont souvent des bénévoles qui ne possèdent pas de connaissances approfondies dans les domaines techniques qu'ils enseignent en atelier. Comme le montre le tableau de caractéristiques dressé en début de chapitre, la formation universitaire et professionnelle des conseillers est variée et s'éloigne parfois du champ entrepreneurial : administration de compagnies culturelles, analyse financière, assistance de direction., etc. L'accompagnement à la création et au développement d'activité correspond alors à une reconversion professionnelle. Conscients de leurs limites, les conseillers rencontrés tentent d'y parer en faisant office de passerelle. Ils jouent le rôle de médiateur en proposant des mises en réseau qui permettent aux entrepreneurs en croissance de découvrir des acteurs de l'accompagnement plus compétents pour suivre leur projet en développement. Mais ces profils entrepreneuriaux ne représentent pas leur cœur de cible. En privilégiant les projets à potentiel de croissance au détriment des projets plus fragiles qu'elles accompagnent actuellement, comme le voudraient certains acteurs, les structures produiraient d'autres formes de discrimination en laissant de côté les publics minorés qui sont déjà les moins outillés pour créer une entreprise.

## **Conclusion**

Ce quatrième chapitre a analysé les modalités d'accompagnement de structures agissant en QPV qui entendent rendre accessibles à tous les ressources pour entreprendre.

L'accompagnement qu'elles proposent est pris en tenailles entre l'application d'un modèle entrepreneurial formalisé et l'ajustement aux situations sociales et économiques des publics présents en QPV. Ce tiraillement s'exprime à travers plusieurs tensions : un accompagnement généraliste mais adapté aux spécificités locales ; un accompagnement individualisé mais codifié ; un accompagnement ouvert à toute personne motivée mais qui privilégie certains publics. Les conseillers adaptent leurs pratiques aux situations variées des entrepreneurs pour leur procurer des ressources entrepreneuriales selon une logique de différenciation de l'accompagnement dans une perspective d'acculturation au monde économique formel. La dimension sociale apparaît prépondérante au vu des stratégies menées et des publics ciblés par les structures locales qui cherchent surtout à légitimer et à sécuriser leur posture d'entrepreneur. Leur posture remet en cause la relation commune entre l'entrepreneuriat et la

croissance économique.

Le choix d'adopter une politique entrepreneuriale à visée sociale influence l'offre en ressources des structures, leur ancrage spatial, leurs relations partenariales, ou encore les profils qu'elles accompagnent sur le territoire intercommunal. Il conduit à étudier plus globalement le rôle des politiques locales dans l'accès des entrepreneurs à ces ressources. C'est l'enjeu du chapitre suivant.



# **CHAPITRE 5 : DES POLITIQUES LOCALES**

## **QUI ATTÉNUENT PEU LES INÉGALITÉS**

### **D'ACCÈS AUX RESSOURCES POUR**

### **ENTREPRENDRE**

Le chapitre 5 examine le contexte intercommunal dans lequel s'inscrivent les structures d'accompagnement étudiées pour comprendre le rôle des politiques locales dans l'accès des individus aux ressources entrepreneuriales.

Il s'agit d'analyser en quoi les stratégies des différents acteurs territoriaux organisent les modes d'action des structures d'accompagnement et de comprendre en quoi ces derniers influencent l'accès des individus aux ressources pour entreprendre.

Alors que le chapitre précédent est centré sur les structures et leurs conseillers, ce chapitre se concentre sur la place des structures dans les jeux locaux de relation des acteurs de l'entrepreneuriat.

La première section détaille les stratégies entrepreneuriales des acteurs publics locaux dont découlent les formes d'accompagnement de la Miel et d'Osez Entreprendre présentées précédemment. La deuxième section analyse l'accès des entrepreneurs aux structures d'accompagnement présentes dans les intercommunalités étudiées en positionnant la Miel et Osez Entreprendre dans ce paysage territorial de l'entrepreneuriat.

# **1 Une politique territoriale en tension entre les objectifs d'insertion et de développement**

## **1.1 Une politique entre attractivité et rééquilibrage**

### *1.1.1 Une mise en oeuvre à différents échelons territoriaux*

#### 1.1.1.1 Un partage des fonctions

Co-signataires des contrats de ville, l'État et ses organes définissent le cadre général de la politique de la ville tandis que les acteurs locaux précisent ses modalités en fonction de leur contexte territorial. Ces derniers ont à charge de gérer le caractère pluriel de la politique nationale. Malgré la définition d'un projet territorial commun, chaque acteur du contrat de ville suit des objectifs qui lui sont propres, ce qui conduit parfois à des incohérences. La pluralité des objectifs nationaux de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV illustre cette situation. Les conventions pluriannuelles signées par différentes administrations étatiques ne lui attribuent aucune finalité précise : elle constitue à la fois un outil de développement économique par la création d'entreprises, un outil d'action sociale par l'accompagnement de personnes en situation précaire, un outil d'aménagement local par la création de collectifs d'acteurs de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, elle s'ancre dans l'entrepreneuriat classique mais propose aussi de renforcer les activités qui relèvent de l'ESS. Dans ce cadre, l'ensemble des acteurs publics locaux participe d'une façon ou d'une autre à la mise en œuvre des actions de soutien à l'entrepreneuriat en QPV, chacun agissant selon sa propre conception du développement territorial. Si la Région est cheffe de file du développement économique<sup>163</sup>, c'est l'Intercommunalité qui gère le déploiement de la politique de la ville et l'implantation d'immobilier d'activité. Le Département s'occupe quant à lui de l'action sociale, de l'autonomie des personnes, et de la solidarité territoriale tandis que la Municipalité a la main sur les aménagements locaux. Le partage de ces compétences entre les

---

<sup>163</sup> A partir des années 1980, les Régions se voient confier l'élaboration de la planification économique à travers la mise en place des contrats de plan État-Région. Depuis, la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République (Notre) et la loi du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (Maptam) ont redéfini les compétences des collectivités territoriales.

différents échelons qui concernent directement ou indirectement la politique d'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV occasionne parfois des tensions sur les objectifs à mener et sur les acteurs de terrain à mobiliser.

Bien que l'ensemble des collectivités territoriales participe de près ou de loin au soutien à l'entrepreneuriat en QPV, c'est la Région qui représente l'échelon compétent en matière de développement économique, et donc en matière de politique de soutien à l'entrepreneuriat. Depuis la loi Notre, les Régions élaborent un schéma régional de développement économique, d'innovation, et d'internationalisation (SRDEII) qui fixe les orientations territoriales en la matière. Les autres acteurs publics locaux doivent les respecter. Dans leur version finalisée en 2016, l'Île-de-France et les Pays de la Loire valorisent les métropoles qui sont définies comme des locomotives économiques qui conduisent le développement régional. Les deux Régions insistent sur les thèmes du numérique et de l'innovation censés favoriser la croissance et l'attractivité. Dans ce cadre, les QPV sont peu pris en compte. Si la Région Île-de-France les évoque à la fin de son schéma, la Région Pays de la Loire reste muette à leur sujet. Lorsqu'elle détaille sa politique territoriale de solidarité et d'égalité, elle cible les territoires ruraux plus que les QPV qui englobent seulement 4,1 % de sa population.

En Île-de-France, 13 % de la population vit en QPV. Ce poids démographique explique leur prise en compte à la fin du SRDEII francilien qui joue sur une double « approche volontariste en matière de compétitivité et d'équilibre territorial » (Île-de-France, 2016, p.10). Cette double finalité montre que la Région Île-de-France ne déploie pas une stratégie particulière vis-à-vis des QPV. Quatre orientations sont déclinées dont la troisième concerne l'entrepreneuriat. Il s'agit de promouvoir l'esprit d'entreprendre et d'innover pour créer de l'emploi et de l'activité afin de lutter contre les inégalités sociales et de rétablir l'équilibre territorial. En complément du parcours de droit commun d'accompagnement à la création et au développement d'activité qui concerne l'ensemble de l'Île-de-France, la Région établit des mesures spécifiques aux QPV. Par exemple, 15 % des personnes accompagnées par les acteurs d'Entrepreneur Leader<sup>164</sup> doivent venir des QPV. Par ailleurs, un appel à projet régional intitulé « Entreprendre dans les quartiers politique de la ville » finance les structures qui agissent en faveur des entrepreneurs de ces territoires pour atteindre le nombre de 1 000 porteurs ou dirigeants accompagnés chaque année. Enfin, un « fonds quartiers » a été créé à hauteur de 10 millions d'euros pour investir dans les entreprises commerciales dont le siège ou l'activité est

---

164 Entreprendre Leader est le nom de son programme de droit commun qui propose la même offre d'accompagnement dans l'ensemble de la région.

situé en QPV.

### 1.1.1.2 Les Intercommunalités structurent le soutien à l'entrepreneuriat en QPV

Bien que la Région soit compétente dans le domaine du développement économique, l'Intercommunalité gère la politique de la ville, l'organisation des services publics de proximité, l'aménagement spatial, le développement local, ou encore l'investissement et l'immobilier d'activité. Dans ce cadre, elle joue un rôle structurant dans la politique de soutien à l'entrepreneuriat des structures étudiées. Ces différents champs de compétence, l'absence des QPV dans le SRDEII ligérien, et l'importante superficie des QPV en Seine-Saint-Denis conduisent Nantes Métropole et Plaine Commune à concevoir une politique d'accompagnement à l'entrepreneuriat dans leurs contrats de ville, ainsi qu'à soutenir des acteurs de terrain. Nantes Métropole a créé Osez Entreprendre en 2013 et Plaine Commune a créé la Miel en 1998. Ces structures suivent les lignes directrices qu'elles édictent et les laissent arbitrer des actions à mener dans leurs instances de décision. A la Miel, les élus locaux constituent la majorité du premier collège de son conseil d'administration. Trois élus du département de Seine-Saint-Denis et de la ville de Saint-Denis, deux élus des villes d'Epinau, d'Aubervilliers, et de Saint-Ouen, et un élu des villes de l'Île-Saint-Denis, de la Courneuve, de Pierrefite-sur-Seine, de Stains, et de Villetaneuse en représentent 60 % des membres. En outre, David Prout, élu communiste de Saint-Denis et vice-président à l'habitat et au foncier de Plaine Commune, a été président de la Miel de 2008 à 2020. Depuis le 16 octobre 2020, il est remplacé par le socialiste Shems El Khalfaoui, deuxième adjoint au maire de Saint-Denis en charge des sports, du développement économique, de l'emploi et de l'insertion, et des Jeux olympiques et paralympiques (JOP). La vice-présidente de la Miel est une élue de la ville de Stains et sa trésorière est une élue de la ville de Saint-Ouen. Chaque premier mardi du mois, le bureau de l'association formé par ces trois membres décisionnaires, la directrice, et les conseillers de la Miel se retrouvent pour acter des mesures à mettre en oeuvre. A Osez Entreprendre, il n'existe pas de conseil d'administration car le dispositif n'a pas d'existence juridique propre. Toutefois, ses conseillers entretiennent une relation continue avec un référent de Nantes Métropole. Des comités de pilotage auxquels sont conviés les élus locaux et les financeurs sont organisés biannuellement. Les actions futures du dispositif y sont discutées.

En outre, les élus des Intercommunalités orientent les missions des structures étudiées en les finançant. La BGE, l'Adie, France Active, et la Miel sont des associations loi de 1901 dont le budget dépend principalement des subventions publiques. Selon le rapport d'activité de l'année 2018, le budget de fonctionnement de la Miel s'élève à 966 510 euros dont 62 % proviennent d'institutions publiques. Plaine Commune verse 57 % de ces subventions, c'est-à-dire près de 360 000 euros. La somme restante est répartie entre le FSE<sup>165</sup> à hauteur de 15 %, la Région Île-de-France à hauteur de 11 %, le Département Seine-Saint-Denis à hauteur de 8 %, la CDC à hauteur de 3 %, et l'État. Le budget d'Osez Entreprendre s'élève quant à lui à 280 000 euros après l'obtention en 2018 de l'appel à projet national relatif au renforcement de l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. Avant 2018, le budget annuel du dispositif s'élevait à moitié moins, c'est-à-dire à 142 500 euros. Nantes Métropole versait 56 % de la somme, preuve de son importance dans l'existence du dispositif. Après 2018, les sommes octroyées par la BPI représentent 28 %, celles de Nantes Métropoles et de la CDC 25 % chacune, celle de l'État 14 %, et le reste est réparti entre des acteurs divers. L'enveloppe financière s'étend sur la période 2018-2020 pour un total de 870 000 euros. Le schéma ci-dessous donne à voir le rôle financier des Intercommunalités dans le fonctionnement des structures d'accompagnement étudiées.

---

165 Le FSE vise à réduire les écarts de développement et à renforcer la cohésion européenne en favorisant l'emploi des publics les plus exposés à l'exclusion.

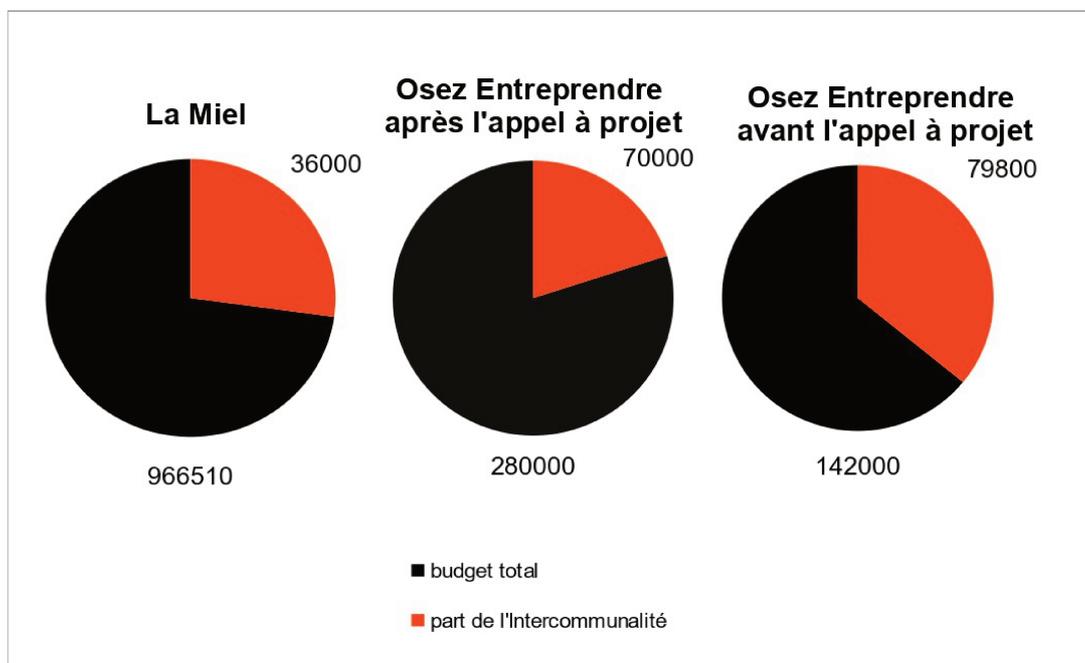


Illustration 40: Le poids de l'Intercommunalité dans le budget de la Miel et Osez Entreprendre

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Enfin, les Intercommunalités structurent un collectif local d'acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat qui détermine en grande partie les contacts que la Miel et Osez Entreprendre adressent aux entrepreneurs qu'elles suivent. Les événements publics auxquels j'ai assisté illustrent ce constat. En plus de renforcer et de visibiliser ce collectif, ils permettent aux entrepreneurs de rencontrer les partenaires institutionnels de leur structure d'accompagnement. C'est le cas de la fête d'anniversaire des 20 ans de la Miel qui s'est déroulée aux Archives nationales de Pierrefite-sur-Seine. Cet événement révèle un paysage institutionnel local : la préfète de Seine-Saint-Denis, la vice-présidente à l'économie et à l'emploi du département de Seine-Saint-Denis, l'élus au développement économique de la ville de Saint-Denis, le président de la Miel, la chargée de mission relative au développement économique des QPV de Plaine Commune, la chargée de mission relative au développement économique de Profession Banlieue<sup>166</sup>, ou encore le gérant de la coopérative Pointcarré sont présents. Egalement invités, des entrepreneurs accompagnés par la Miel en ont profité pour discuter avec eux autour des tables du buffet. Il en va de même lors des « Rencontres Plaine Commune Promotion – la Miel » organisées chaque année depuis plus de dix ans. Plaine Commune Promotion est une association créée il y a plus de 25 ans à l'initiative d'élus locaux

<sup>166</sup> Profession banlieue est le centre de ressources pour la politique de la ville en Seine-Saint-Denis.

et de dirigeants économiques de l'intercommunalité. Elle regroupe actuellement plus d'une centaine d'entreprises. Au stand d'informations de la Miel des éditions 2018 et 2019, les entrepreneurs ont pu inscrire sur des cartons qu'ils ont accrochés à un panneau grillagé leurs prestations, besoins, photographie, et contacts dans l'espoir de trouver des partenaires potentiels. Ils ont aussi pu discuter avec des entreprises locales dans l'espace dédié aux rencontres *B to B*<sup>167</sup> qui prenaient la forme de speed dating<sup>168</sup>. Du côté d'Osez Entreprendre, la « semaine de la création » qui se déroule annuellement à la MCTE joue le même rôle d'intégration des personnes accompagnées au collectif local des acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat.

### 1.1.1.3 Une nouvelle orientation nationale avec la BPI

La politique locale d'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV s'inscrit dans un cadre national qui rend compte de l'ambivalence des objectifs des politiques territoriales, entre attractivité et rééquilibrage. Les institutions nationales présentent l'accompagnement à l'entrepreneuriat comme une politique de développement économique local et une politique d'insertion sociale. Depuis les années 1970, la territorialisation du développement économique s'est accentuée (Benko, 2008). Durant la seconde moitié des années 1990, la conception d'un aménagement territorial fondé sur un développement économique endogène s'impose en France (Desjardins, Généau de Lamarlière, 2016). Les pouvoirs publics estiment utile de valoriser les ressources locales dans un contexte de compétition et de différenciation territoriales. Dans ce cadre, ils mettent en œuvre des politiques d'aménagement spatialisées. Celles-ci sont aussi conçues pour faire contrepoids aux inégalités socio-économiques accentuées par la compétition territoriale. La politique de la ville s'inscrit dans cette logique en articulant les objectifs de réduction des inégalités et de valorisation des ressources locales. Les textes administratifs nationaux la présentent à la fois comme une politique de développement économique local qui vise à renforcer l'attractivité des QPV et comme une politique d'insertion sociale qui vise à lutter contre les inégalités socio-économiques qui marquent ces territoires.

Le remplacement de l'AFE par la BPI le 01 janvier 2019 modifie la conception et la mise en œuvre de la politique nationale de soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Cet organisme qui

---

167 L'expression *B to B*, littéralement « *business to business* » désigne les activités entre entreprises ou entre professionnels.

168 Toutefois, des participants enquêtés accompagnés par la Miel ont critiqué l'effet vitrine de ces entretiens qui ne constituent pas des opportunités d'affaires car les entreprises sont trop importantes pour qu'ils puissent répondre à leurs demandes.

accompagne l'ensemble des entreprises du territoire français « pour voir plus grand et plus loin »<sup>169</sup> réoriente ses objectifs en priorisant l'enjeu du développement économique sur la dimension sociale. Fondée sur des prérogatives gouvernementales, cette inflexion est visible sur le site internet, les plaquettes de communication, et les études publiées par la BPI, ainsi que dans les propos tenus par l'un des responsables du programme « Entrepreneuriat pour tous ». Selon lui, il s'agit de valoriser davantage les entrepreneurs à potentiel de développement en QPV, car la politique entrepreneuriale est par nature une politique de développement économique. Elle n'est pas une politique sociale, peu importe le territoire où elle est mise en œuvre. Lui-même entrepreneur et issu de la banlieue parisienne, le responsable de « Entrepreneuriat pour tous » aide à s'implanter en QPV de nouveaux acteurs de l'accompagnement dont il partage l'angle d'approche fondé sur la croissance économique pour faire « venir du sang neuf » en passant d'une logique de « remobilisation sociale » à une logique de développement économique dans les QPV (juillet 2019) . Pour autant, la dimension sociale de l'accompagnement à la création d'activité en quartiers prioritaires perdure aux côtés de cette réorientation. Si la BPI cible les entrepreneurs à potentiel, le CGET et sa direction en charge de la politique de la ville ciblent les individus éloignés de l'emploi. Ces différents publics soutenus par deux administrations nationales traduisent la position d'un Etat à deux mains qui porte des objectifs à la fois de développement économique et d'insertion sociale.

Cette double stratégie gouvernementale se décline dans les actions de soutien à l'entrepreneuriat menées par la BPI. L'organisme développe trois types d'action à destination des entrepreneurs habitant ou implantés dans les QPV. Les deux premières actions entendent faciliter l'offre d'accompagnement destinée à un public général. Bien qu'elles visent le développement économique, elles s'inscrivent plutôt dans une stratégie d'insertion sociale. La première action concerne l'ouverture de l'accès à l'offre d'accompagnement en coordonnant les structures locales, en sensibilisant les habitants dans leur quartier, et en relayant des informations sur une page internet dédiée. La deuxième action concerne l'animation des communautés d'entrepreneurs en renforçant le rôle des Citélabs, en créant des clubs d'entrepreneurs, et en organisant des tournées festives de mise en réseau. La troisième action concerne quant à elle un public spécifique : celui des entrepreneurs « ambitieux »<sup>170</sup> à potentiel de croissance. Elle s'inscrit intégralement dans une stratégie de développement économique. Il s'agit de faciliter la transformation des TPE en PME en les accompagnant dans des accélérateurs d'entreprise. Ces derniers sont destinés aux entreprises dont le chiffre

169 Inscrite sur son site internet, cette expression est utilisée par la BPI pour définir son rôle.

170 Les termes entre guillemets sont tirés de l'entretien mené avec le responsable du programme « Entrepreneuriat pour tous ».

d'affaires atteint 2 millions d'euros et qui embauchent plus de 10 salariés. Les trois types d'action de la BPI ne sont pas mis en œuvre localement par les mêmes acteurs car ils reposent sur des visions, des objectifs, des modalités d'accompagnement, et des publics différents qui illustrent le caractère pluriel de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV. Tandis que les deux premières actions sont portées par des structures anciennes comme la BGE, l'Adie, Initiative France, ou encore France Active, la troisième action est portée par des structures récentes comme Créo ou les Déterminés<sup>171</sup>, et par des écoles de commerce comme l'EM Lyon business school<sup>172</sup>, qui se positionnent exclusivement en tant qu'acteurs de la croissance économique. Malgré la publicité accordée à ces nouveaux acteurs qui véhiculent une image entreprenante des QPV, les Cités labs continuent à constituer le « cœur du réacteur » de l'accompagnement à la création d'activité en politique de la ville d'après le représentant du programme « Entrepreneuriat pour tous ». La valorisation des nouvelles structures par rapport aux anciennes semble moins traduire une réorientation radicale de la politique de soutien à l'entrepreneuriat qu'une volonté d'améliorer l'image de l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires.

Les deux objectifs nationaux de développement économique et d'insertion sociale s'appliquent différemment selon les contextes locaux. Il convient maintenant de voir quelles sont les stratégies menées par les Intercommunalités des territoires d'étude ainsi que leurs conséquences sur les structures d'accompagnement étudiées.

### *1.1.2 Des positions intercommunales divergentes sur l'entrepreneuriat en QPV*

#### **1.1.2.1 Des élus locaux à la recherche d'une diversification des projets entrepreneuriaux**

La nouvelle orientation nationale en faveur du développement économique conduit les acteurs

---

171 Créo est une association créée en 2006 par deux entrepreneurs pour en accompagner d'autres dans leur démarche. Les Déterminés est une association créée en 2015 par un entrepreneur qui propose un parcours d'accompagnement aux porteurs de projet issus des QPV et des territoires ruraux. Ces deux structures sont répertoriées dans le glossaire situé en annexe 4.

172 Avec l'association Sport dans la Ville, l'EM Lyon business school a lancé en 2007 le programme « Entrepreneurs dans la Ville » pour accompagner la démarche entrepreneuriale des jeunes issus des QPV. En 2020, ce programme a fait l'objet d'un partenariat avec la BPI qui entend le déployer dans six métropoles pour soutenir son programme national d'accélérateur d'entreprises en QPV.

publics locaux à modifier leur politique d'accompagnement au profit d'entrepreneurs en développement et/ou qui portent des projets jugés qualitatifs. A Plaine Commune, il s'agit d'accompagner de nouveaux publics, en plus des publics traditionnels aux activités modestes, en arguant des objectifs de mixité et de développement économique local. Le président de la Miel encourage par exemple le déploiement des projets d'ESS<sup>173</sup> menés par des individus diplômés qui partagent des valeurs autour de la production biologique, du circuit-court, et/ou de l'animation de la vie locale. Lors de l'inauguration des nouveaux locaux, David Proult légitime le déménagement de la structure en évoquant un nouveau public à atteindre : « Je le disais, nous resterons, nous sommes et nous resterons, une structure qui accompagne tout le monde, et qui accompagne en particulier les gens modestes qui ont des envies, des initiatives. Et ça, pour nous, c'est un élément fondateur de notre activité. Et on y tient. Ça veut dire que dans notre recherche de localisation, nous voulions avoir un lieu accessible en transports en commun. Et puis accessible aux publics de l'ensemble du territoire de Plaine Commune. [...] Dans le même temps, je le disais, on voulait aussi, et on veut aussi, toucher plus de publics. D'abord parce qu'il y a encore beaucoup de créateurs d'entreprise qui ne passent pas par la Miel. Et pour diversifier les créateurs que l'on souhaite accompagner. S'ouvrir donc à de nouveaux publics, à de nouvelles perspectives, c'est quelque chose qu'on a engagé autour de l'ESS. Et puis, c'est l'idée de se dire, aussi, en mélangeant les publics, en mixant les publics, on va permettre des rencontres qui seront fécondes pour la création d'entreprises, pour le développement du territoire » (avril 2018). Le président de la Miel cherche à diversifier les projets et les entrepreneurs que la structure accompagne car la mixité favoriserait le développement local. D'après les observations et les entretiens menés avec différents acteurs institutionnels locaux, ces « nouveaux » publics dont le profil n'est pas explicité par David Proult correspondent à des individus diplômés, plus jeunes, qui mènent parfois des activités portées par des valeurs écologiques et/ou sociales, mais qui ne fréquentent pas la Miel. En outre, une chargée de mission qui travaille sur le développement économique des QPV de Plaine Commune a déclaré vouloir sensibiliser et accompagner davantage les profils à

---

173 Dans ce contexte, il s'agit d'activités à utilité sociale davantage que de l'économie solidaire. Je ne détaille pas davantage ici le caractère plurivoque des entreprises de l'ESS qui fait l'objet de nombreuses controverses politiques et scientifiques (Glémain, Bioteau, 2015 ; Huens, 2014). Ces débats sont renforcés depuis la loi sur l'ESS du 31 juillet 2014 qui intègre les entreprises commerciales d'utilité sociale aux côtés des entreprises définies historiquement par leur statut juridique (associations, coopératives, mutuelles, fondations) et par la primauté qu'elles accordent à la finalité sociale sur les bénéfices financiers. La loi Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises (PACTE) du 11 avril 2019 élargit aussi la définition des entreprises de l'ESS en simplifiant la notion d'utilité sociale.

Je ne chercherai pas non plus à caractériser le rôle de l'ESS dans le développement local des terrains d'étude. Je me limite à démontrer que des acteurs publics locaux privilégient des projets entrepreneuriaux à valeurs sociale et/ou écologique dans leur stratégie de développement local. Cette orientation apparaît dans leurs discours et certains de leurs dispositifs. Je reviendrai en détails sur ces points dans le chapitre 8.

potentiel de développement qui n'entreprennent pas dans l'intercommunalité : « Et il faut savoir gérer, aussi, car on n'a pas que des gens précaires. On a aussi des gens brillants. J'ai fait beaucoup d'ateliers dans les quartiers avec des jeunes, des moins jeunes, des entrepreneurs. Des projets ambitieux, moins ambitieux. Bref. Ceux qui ont des projets relativement ambitieux, en fait, ils sont diplômés. Ils vont chercher l'info à Paris. Ils vont à Paris. Plaine Co, ça ne les intéresse pas » (avril 2018).

Dans une moindre mesure, des élus locaux de Nantes Métropole tiennent un discours semblable. Ils valorisent la diversification des activités entrepreneuriales en encourageant l'accompagnement de projets jugés qualitatifs, comme l'ESS, ou de projets en développement. Plus précisément, la maire de Nantes et présidente de l'Intercommunalité Johanna Rolland a cité le développement économique comme l'un des trois enjeux d'aménagement des QPV lors de la journée Cité Cap organisée par Résovilles. Dans son discours destiné à l'ensemble des acteurs du développement économique en QPV présent dans la salle, elle a insisté sur l'importance de l'ESS et a précisé qu'il n'existe pas un développement local à deux vitesses, l'un en QPV centré sur l'insertion et l'autre hors QPV centré sur l'innovation. Une membre du bureau métropolitain de Nantes Métropole en charge de la politique de la ville a développé les mêmes propos lors du discours d'ouverture de Cité Cap en déclarant que l'ESS, le champ numérique, et la nouvelle économie sont trois pistes à renforcer en QPV. Elle a reproché la frilosité des acteurs de l'accompagnement à la création et au développement d'activité qui « voient à la baisse l'ambition des entrepreneurs » des QPV (juin 2019).

### 1.1.2.2 Une politique de développement économique local plus marquée à Plaine Commune qu'à Nantes Métropole

Malgré une similarité des discours publics tenus par les acteurs politiques municipaux, la vision de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV diffère entre les Intercommunalités étudiées. Nantes Métropole envisage d'abord l'accompagnement à la création et au développement d'activité comme une politique d'insertion individuelle. A cet enjeu social, Plaine Commune ajoute un objectif de développement économique endogène qui la conduit à intégrer davantage les QPV au reste du territoire intercommunal que ne le fait Nantes Métropole. L'analyse des contrats de ville des deux Intercommunalités met en lumière leur politique locale différente. Le contrat de ville de Nantes Métropole présente quatre orientations majeures dont la première est centrée sur l'insertion et l'emploi. Pour les renforcer, l'Intercommunalité table en partie sur le soutien aux « initiatives entrepreneuriales

individuelles et collectives » (Nantes Métropole, 2015, p.67). La création d'Osez Entreprendre en représente l'une des formes. Le dispositif n'entre donc pas dans l'axe du développement économique. A l'inverse, les dispositifs entrepreneuriaux de Plaine Commune dépendent de cet axe. Le contrat de ville de l'Intercommunalité cite le développement économique en deuxième point. Ce dernier se décline en cinq priorités dont la quatrième consiste à « entraîner une dynamique de création d'emplois et d'activités adaptée au profil de la population en créant un écosystème favorable au développement économique tout en favorisant la coopération économique » (Plaine Commune, 2015, p.18). La Miel s'inscrit dans cette logique, bien qu'elle ne cible pas les QPV.

La différence de posture des deux Intercommunalités vis-à-vis de l'entrepreneuriat en QPV s'illustre aussi dans la structuration de leur administration. A Nantes Métropole, il existe une direction de la politique de la ville et une direction du développement économique<sup>174</sup>. Ces directions oeuvrent de manière disjointe sur leur politique respective, marginalisant ainsi le rôle des QPV dans le développement économique intercommunal. Selon les propos d'un de ses partenaires institutionnels, Nantes Métropole manque d'une vision stratégique et structurante des QPV dans l'économie. Les entrepreneurs de ces territoires sont peu, voire pas, envisagés comme des acteurs du développement économique local. Le dynamisme de la métropole nantaise semble occulter le rôle potentiel des habitants des QPV, qui représentent seulement 10 % de la population intercommunale. C'est d'ailleurs ce qu'illustre le SRDEII des Pays de la Loire qui insiste sur la fonction d'entraînement du développement métropolitain au profit des territoires considérés en retard.

Toutefois, des passerelles existent entre le monde de la politique de la ville et le monde du développement économique. L'équipe de Nantes Métropole en charge de la politique de la ville travaille sur les projets économiques du NPNRU et le chargé de mission relatif à l'entrepreneuriat et à l'immobilier économique rattaché à la direction du développement économique est le référent du dispositif Osez Entreprendre. Ces passerelles sont renforcées par l'existence de sept pôles de proximité qui contiennent parfois un QPV dans leur périmètre. Ils sont chacun gérés par un développeur économique qui constitue une jonction entre les deux directions. L'organigramme ci-dessous illustre les points de jonction et de disjonction entre la politique de la ville et la politique de développement économique dans la structuration administrative de Nantes Métropole.

---

174 J'ai rencontré au moins un représentant de chacune d'elles.

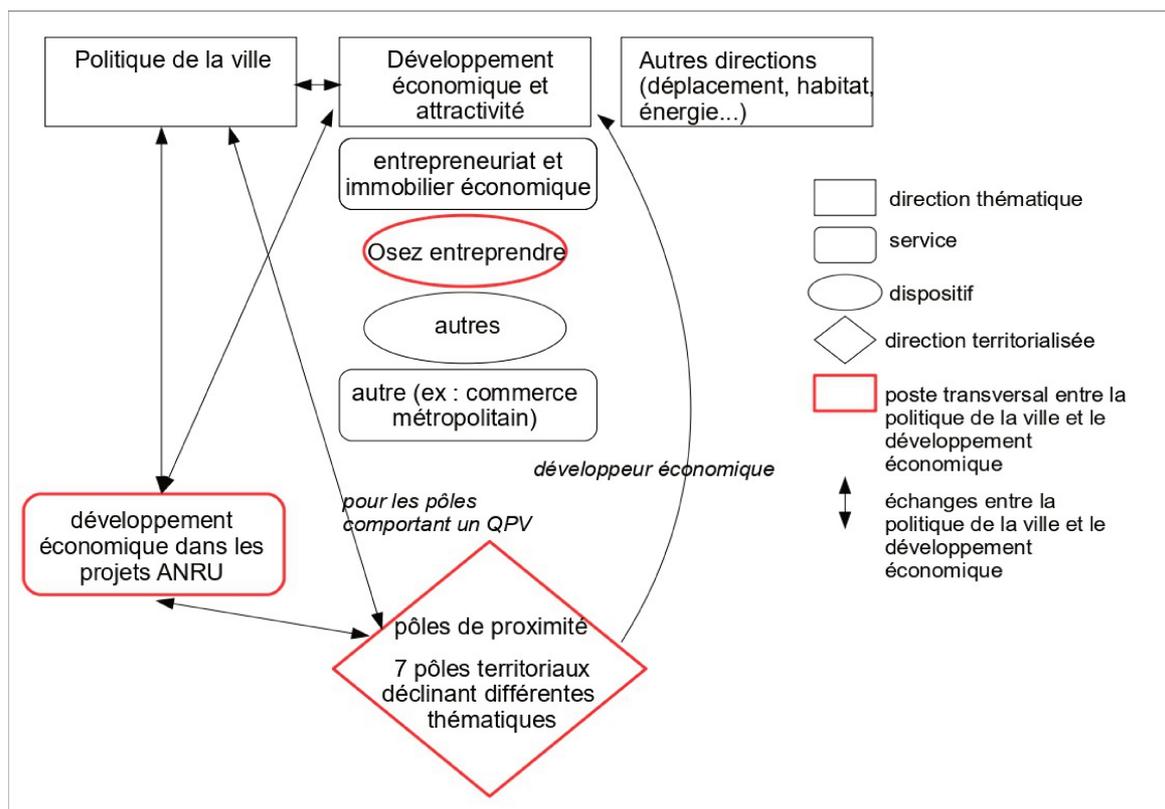


Illustration 41: L'articulation du développement économique et de la politique de la ville à Nantes Métropole

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

A Plaine Commune, il existe un département dédié simultanément au développement économique et à la cohésion sociale. La collectivité ne dissocie donc pas le développement économique de la politique de la ville, dans un contexte intercommunal où il n'existe pas de métropole à effet d'entraînement et où les habitants des QPV représentent près de 60 % de la population. Ce département est subdivisé en trois directions. L'une d'elle porte sur le développement économique et une autre sur l'emploi et l'insertion. La direction du développement économique est constituée de plusieurs services<sup>175</sup> : le service de relations aux entreprises qui dispose d'un chargé de mission ciblé sur l'entrepreneuriat, le service du développement local qui intègre les enjeux d'ESS, ou encore le service des études et de la veille économique qui dispose d'une chargée de mission relative au développement économique en QPV. Créé en 2017, ce poste récent est aussi rattaché au département de la rénovation urbaine pour établir des ponts entre les projets implantés en QPV et ceux implantés hors QPV. Occupé par une ancienne salariée d'Initiative Plaine Commune, il

175 J'ai aussi rencontré au moins un représentant de chacun de ces services.

participe à renouveler le regard de Plaine Commune sur l'entrepreneuriat en QPV car la chargée de mission a une formation en développement économique. Un poste de coordination de la création d'entreprises a également été créé récemment, en octobre 2018. Il vise à faire le lien entre l'ensemble des structures de l'entrepreneuriat établies dans l'intercommunalité, qu'elles soient localisées ou non en QPV. La coordinatrice est en contact régulier avec la chargée de mission qui gère la veille économique en QPV.

Des séparations existent toutefois. L'une des deux chargées de mission qui gère le Citélab de Plaine Commune a déclaré se sentir mise à l'écart des actions menées par le service de relations aux entreprises, car elle dépend de la direction de l'emploi et de l'insertion (avril 2018). L'organigramme ci-dessous illustre les points de jonction et de disjonction entre la politique de la ville et la politique de développement économique dans la structuration administrative de Plaine Commune. La Miel n'y figure pas car elle dépend de plusieurs services en même temps.

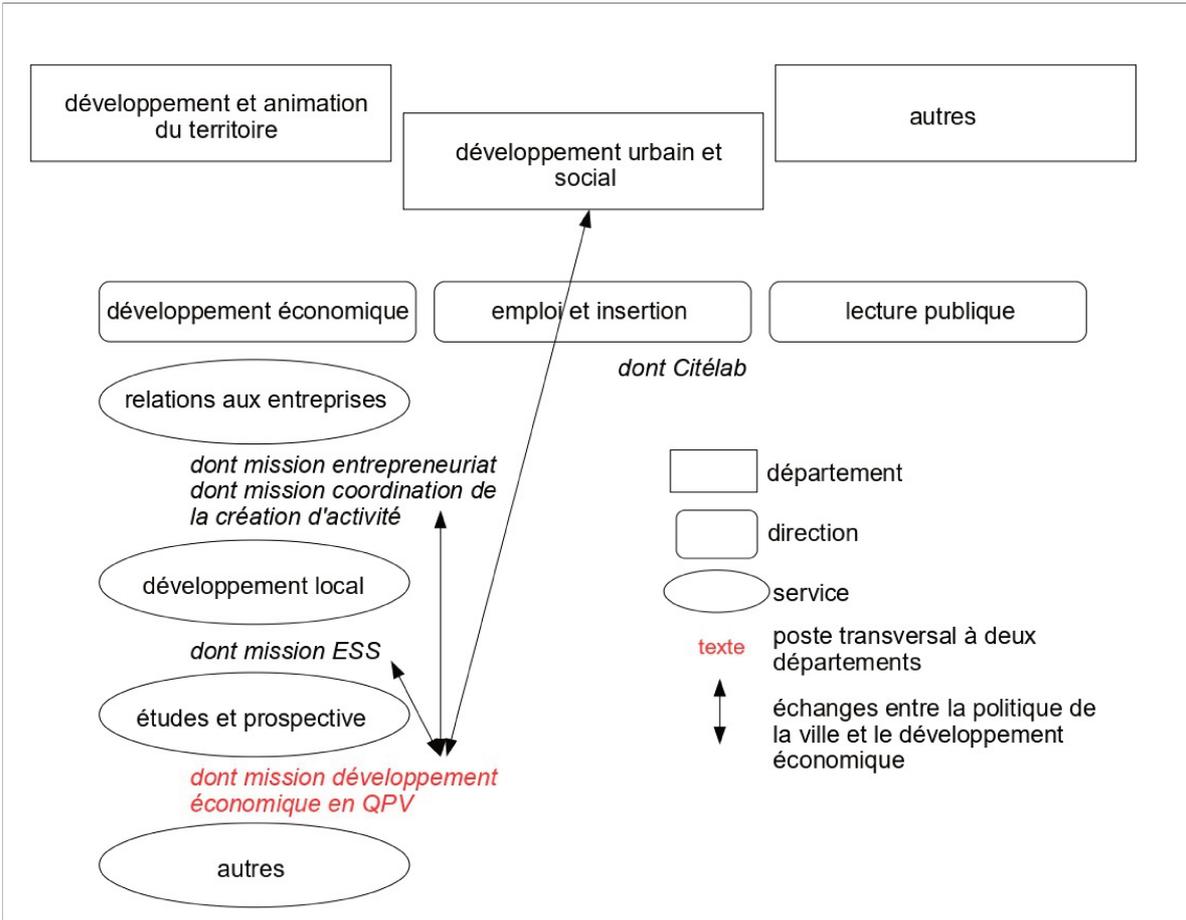


Illustration 42: L'articulation du développement économique et de la politique de la ville à Plaine Commune

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Les Intercommunalités s'approprient différemment le cadre national de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV en donnant plus ou moins d'importance au développement économique par rapport à l'enjeu principal d'insertion sociale. Ces postures dissemblables se répercutent sur les actions et les publics de la Miel et d'Osez Entreprendre.

## **1.2 Des différences de politique locale visibles à la Miel et à Osez Entreprendre**

### *1.2.1 Une inflexion différente sur les enjeux de développement économique*

#### 1.2.1.1 La Miel en quête d'une diversification des projets accompagnés

Incités par le cadre national et par les récents discours des élus municipaux, les membres du bureau de la Miel et ceux du comité de pilotage d'Osez Entreprendre insistent sur le renforcement du suivi post-crédation pour aider les entrepreneurs en développement à se pérenniser. Pour y parvenir, ils évoquent des outils de communication et de mise en réseau, plus particulièrement le mentorat qui est valorisé politiquement et médiatiquement par le gouvernement et des dirigeants de grandes entreprises<sup>176</sup>. Malgré ces tendances globales, des orientations différentes prennent forme dans les structures d'accompagnement étudiées.

A Plaine Commune, la politique de soutien à l'entrepreneuriat vise à aider plus de projets d'envergure dans un objectif de développement économique local, sans renier pour autant sa dimension sociale. Cette posture s'illustre dans les actions menées par la Miel. Elle déploie

---

<sup>176</sup> Le mentorat entrepreneurial est un accompagnement personnel, volontaire, bénévole, à caractère confidentiel, apporté par un entrepreneur expérimenté appelé « mentor » à un autre entrepreneur appelé « mentoré » au sujet de son savoir-être d'entrepreneur. Il se distingue du coaching qui consiste au transfert de compétences ou de savoir-faire dans un domaine particulier contre une rémunération, mais aussi du *consulting* qui consiste en la recherche d'une solution à un problème formulé contre une rémunération. La charte nationale du mentorat entrepreneurial a été lancée après l'inauguration du Pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi le 6 novembre 2012. Des travaux de sciences de gestion étudient sa mise en oeuvre et ses effets (Chabaud et al., 2010 ; Jaouen et al., 2006).

des partenariats institutionnels dans le champ économique davantage que dans le champ social<sup>177</sup>, avec des acteurs de l'entrepreneuriat tels que les entreprises ou les clubs d'entreprises. Des dirigeants interviennent en tant qu'experts lors de ses formations collectives, ou en tant que témoins lors de ses événements publics. En 2018, la Miel a fait appel à 12 personnes extérieures pour les formations et à 19 personnes extérieures pour les « rendez-vous de l'expert ». Elle a aussi noué un partenariat avec 10 experts bénévoles qui gèrent des permanences mensuelles. En outre, elle a renforcé son accompagnement en post-crédation en ouvrant en 2017 un poste de conseiller dédié. Celui-ci a multiplié les « rendez-vous de l'expert » qui sont passés de 8 en 2016, à 13 en 2017, puis à 19 en 2018. Des « déjeuners des managers » ont également été organisés en septembre 2018. Ils s'adressent aux entrepreneurs en croissance qui font face à de nouvelles problématiques comme la gestion des ressources humaines. En partenariat avec le Moovjee et son Réseau M France<sup>178</sup>, le conseiller en charge des TPE a aussi lancé un programme de mentorat en mai 2018. Il est destiné aux dirigeants dont l'activité a plus d'un an d'existence. La même année, la Miel a commencé à embaucher des stagiaires en communication qui gèrent sa boîte mail, sa page, et son nouveau groupe Facebook pour affirmer sa présence sur les réseaux sociaux et informer les personnes qu'elle accompagne des actualités de clubs d'entrepreneurs locaux, comme le Réseau Entreprendre 93 et Plaine Commune Promotion (PCP).

Complémentaire au renforcement du suivi des projets en développement, la structure a renforcé son suivi des projets d'ESS. En 2017, la Miel a créé un poste de conseiller dédié. Des formations collectives consacrées à la thématique ont été organisées en partenariat avec les coopératives Epicéas, Coopaname, et Pointcarré. Située au rez-de-chaussée du bâtiment, cette dernière a d'ailleurs remplacé Coopaname en tant que membre du conseil d'administration de la Miel en 2019. La Miel coopère aussi avec des structures créées récemment qui soutiennent l'entrepreneuriat social pour augmenter les opportunités des entrepreneurs de l'ESS qu'elle accompagne. Certains ont exposé et vendu leurs produits lors du *Pop-up Store*<sup>179</sup> des Canaux<sup>180</sup> à la Villette, d'autres ont rejoint l'incubateur l'Envolée qui héberge et accompagne à Saint-Denis des projets d'inclusion sociale.

---

177 Le schéma de ces partenariats a été présenté dans le chapitre précédent. La prépondérance des partenaires économiques de la Miel s'oppose à la prépondérance des partenaires sociaux d'Osez Entreprendre.

178 Le Réseau M est un service de mentorat pour entrepreneurs créé au Québec en 2010 par la Fondation de l'entrepreneurship. Il se déploie en France depuis 2013 avec l'appui du Moovjee. Pour une présentation de cette structure, se référer au glossaire en annexe 4.

179 Ce terme anglophone désigne des boutiques éphémères où peuvent vendre les jeunes entrepreneurs.

180 A l'initiative de la Ville de Paris, les Canaux est une association qui soutient les « acteurs des économies solidaires et innovantes » selon son site internet. Pour ce faire, elle organise des événements dans un lieu situé sur un quai du canal de l'Ourcq.

A la fin de l'enquête de terrain, la dynamique récente de diversification des projets accompagnés ne s'est pas pleinement concrétisée. La participation des entrepreneurs aux nouvelles formations collectives est faible, conduisant la Miel à en supprimer certaines. Le conseiller en charge des projets d'ESS affirme que le vivier d'entrepreneurs concernés s'épuise. Il cite l'exemple d'une réunion d'informations intitulée « ESS, utilité sociale, RSE... se repérer » qui n'a regroupé que 5 personnes (octobre 2018). Il explique cet échec par un manque de communication de la part de la structure et par une connaissance limitée des enjeux de l'ESS de la part des autres conseillers. Lassé par le manque de projets à accompagner sans avoir non plus le temps de relancer des actions, le conseiller a finalement démissionné moins de deux ans après son arrivée.

### 1.2.1.2 Osez Entreprendre privilégie la dimension sociale

A Nantes Métropole, un écart existe entre le discours public de la maire et les propos tenus par les acteurs administratifs pendant un comité de pilotage bi-annuel d'Osez Entreprendre (mai 2018). La responsable en charge de la politique de la ville à Nantes Métropole, également maire adjointe de Nantes, insiste surtout sur la nécessité d'accompagner les publics en précarité socio-économique qui éprouvent des difficultés à entreprendre. L'idée que l'entrepreneuriat en QPV constitue une forme de développement local n'est pas abordée. Cette position où l'enjeu social prime sur l'enjeu économique est partagée par les conseillers d'Osez Entreprendre, qui la justifient par leurs expériences de terrain. Lors d'une réunion animée par un prestataire de la BPI en charge d'évaluer le dispositif pour déterminer les modalités d'une future Fabrique à entreprendre dans l'intercommunalité, les conseillers ont critiqué « l'approche business » de la BPI qu'ils jugent déconnectée de leur réalité entrepreneuriale locale (mars 2020). Ils ont collectivement remis en cause sa « culture parisienne » qu'ils décrivent comme une « culture élitiste » relevant de la « Start-up Nation ». Les conseillers d'Osez Entreprendre souhaitent accompagner « tout le monde » et pas seulement les « pépites des QPV ». Le nouvel appel à projet édité par la BPI et Nantes Métropole en 2021 confirme leurs craintes, car il oriente l'accompagnement à la création d'entreprise sur une stratégie plus économique que sociale. Il impose des objectifs quantitatifs, notamment en termes d'accompagnement post-crétion et de création effective d'activité. Les structures lauréates devront accompagner 150 porteurs de projet et 150 dirigeants ; elles devront aider à la création de 60 entreprises (BPI, Nantes Métropole, 2021). En comparaison, les conseillers d'Osez Entreprendre ont accompagné 110 porteurs de projet et 97 dirigeants en 2018.

Les acteurs d'Osez Entreprendre prennent en compte la réalité économique et sociale de l'entrepreneuriat en QPV, ce qui explique qu'il n'aient pas développé d'actions pour renforcer l'accompagnement des projets d'ESS ou numériques. Cependant, les conseillers ont affirmé leur suivi post-crédation à la demande de Nantes Métropole. Il s'agit de stabiliser des projets existants plus que de soutenir des projets à potentiel de développement. Les conseillers d'Osez Entreprendre ont repéré, pris contact, et établi des diagnostics pour des entreprises créées en dehors du dispositif dans le but de leur proposer un accompagnement. Jusqu'en 2018, la BGE et l'Ouvre-Boite 44 ne suivaient que des dirigeants qu'ils avaient accompagnés au préalable en tant que porteurs de projet. En outre, les conseillers essaient de mettre en place un programme de mentorat<sup>181</sup> et de continuer les « *teams* Osez Entreprendre » destinées aux entrepreneurs en développement, malgré le manque de participants.

Les différences d'objectifs de développement économique local et de diversification des projets entrepreneuriaux conduisent à ce que la Miel et Osez Entreprendre accompagnent des publics sensiblement hétérogènes.

### *1.2.2 Des profils entrepreneuriaux dissemblables*

Combinée à leur histoire et à leur périmètre d'action, l'orientation stratégique des structures étudiées influence les profils des entrepreneurs qu'elles accompagnent. Malgré un portrait global similaire, la Miel suit des activités plus mixtes et développées qu'Osez Entreprendre qui accueille principalement des entrepreneurs modestes en précarité socio-économique. Contrairement au dispositif nantais, la Miel accompagne parfois des projets originaux comme une maison d'édition, une galerie d'art, un bar ludique, ou encore un gîte de chambres d'hôtes insolites qui propose des repas à partir d'ingrédients produits en circuit-court et/ou biologiques. Ces activités nécessitent des investissements plus importants que les activités habituelles de petite ampleur qui reposent sur un savoir-faire domestique. Elles traduisent un accès différencié aux ressources financières entre les entrepreneurs suivis par la Miel et ceux suivis par Osez Entreprendre<sup>182</sup>. La modestie générale des activités soutenues par celui-ci s'explique par la relative homogénéité sociale des profils accompagnés. Les individus de

---

181 Une première réunion technique regroupant les acteurs d'Osez Entreprendre et les entreprises du territoire s'est déroulée en juillet 2019 pour monter des partenariats et des actions de parrainage.

182 Pour rappel, le montant moyen d'un prêt contracté à l'Adie et à France Active d'Osez Entreprendre sont respectivement de 4 610 euros et de 13 300 euros, alors que le montant moyen d'un prêt contracté par les entrepreneurs suivis par la Miel est de 36 000 euros.

classes populaires, ayant un niveau infra-baccalauréat, et/ou d'origine étrangère<sup>183</sup> y sont plus nombreux qu'à la Miel. Ils détiennent généralement moins de capitaux économique, social, et culturel valorisables, ce qui influence leur parcours et leur légitimité entrepreneuriaux. De son côté, la Miel soutient de plus en plus d'entrepreneurs diplômés. Alors que la part des entrepreneurs infra-baccalauréats et celle des entrepreneurs titulaires d'un diplôme d'enseignement supérieur atteignaient respectivement 36 % et 44 % en 2016, elles sont de 30 % et de 59 % en 2018. Les entrepreneurs diplômés mènent souvent des projets qui se distinguent des activités de BTP, de VTC, ou de commerce généraliste. Certains proposent des activités qui respectent les valeurs de développement durable. Leur présence exprime la mise en œuvre d'une stratégie de diversification des projets économiques de la part de la direction de la Miel.

Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, quatre groupes sont distinguables en fonction de leur ancienneté et de l'avancement de leur projet. Chaque groupe correspond globalement à une structure d'accompagnement. La typologie révèle que les personnes qui sont accompagnées par la Miel mènent des projets plus développés et plus divers, du fait de capitaux plus importants. Le tableau ci-dessous schématise les principaux éléments qui constituent chaque groupe.

<b>Groupe</b>	Des entrepreneurs expérimentés en développement	Des entrepreneurs qui restent peu aguerris	Des porteurs de projet prometteurs en reconversion	Des porteurs de projet marqués par les difficultés
<b>Structure d'accompagnement</b>	La Miel.	Osez Entreprendre.	La Miel.	Osez Entreprendre.
<b>Nombre d'enquêtés</b>	7.	8.	8.	4.
<b>Etat de l'activité</b>	Développement en croissance.	Développement lent.	Lancement.	Lancement difficile.
<b>Type d'activité</b>	BTP, vente de produits ethniques (plats et cosmétiques).	VTC, restauration.	Varié (avec parfois des enjeux de développement durable).	Varié.
<b>Situation économique</b>	Stable voire confortable.	Fragile.	Fragile.	Très fragile.
<b>Ancienneté dans le métier</b>	Forte.	Reconversion professionnelle.	Reconversion professionnelle.	Difficultés d'accès à l'emploi.
<b>Savoir mobilisé</b>	Expérience du métier ; savoir-faire.	Peu diplômé ; savoir-faire pratique.	Diplômé (master).	Peu diplômé ; savoir-faire.
<b>Réseaux mobilisés</b>	Partenariats professionnels dans le secteur d'activité, liens forts.	Liens forts.	Réseaux sociaux, événements de mise en réseau, liens forts.	Liens forts.

183 Par exemple, les trois entrepreneurs enquêtés qui ont cité des origines françaises inframétropoles sont tous accompagnés par la Miel.

<b>Sexe</b>	Femmes et hommes.	Femmes et hommes.	Femmes.	Femmes.
<b>Moyenne d'âge</b>	50 ans.	30 à 50 ans.	35 ans.	30 à 50 ans.
<b>Nationalité</b>	Africaine.	Africaine et française d'origine africaine.	Française d'origine antillaise ou africaine.	Française et africaine.

Tableau 6: Des entrepreneurs qualifiés et en développement plus nombreux à la Miel qu'à Osez Entreprendre

*Réalisation : Loréna Clément, 2022.*

Des différences de public se distinguent aussi à l'intérieur d'Osez Entreprendre, entre la BGE et l'Ouvre-Boîte 44. Les entrepreneurs enquêtés dont les projets sont les plus solides et développés, qui possèdent un local dédié, et qui vivent de leur activité, sont surtout suivis par la BGE. Le directeur général de l'antenne de Loire-Atlantique a d'ailleurs déclaré vouloir renforcer l'accompagnement des entrepreneurs diplômés qui vivent en QPV lors d'un comité de pilotage en présence de la BPI (janvier 2020). A l'inverse, l'Ouvre-Boîte 44 accueille des projets plus modestes portés par des profils homogènes, notamment des femmes<sup>184</sup>. La forme d'accompagnement proposée par la CAE explique cet écart, car la coopérative offre une mise en pratique renforcée qui donne confiance et sécurise. En outre, les entrepreneurs la quittent pour s'établir à leur compte et/ou rejoindre l'accompagnement de la BGE consacré au développement post-crédation lorsqu'ils atteignent un chiffre d'affaires stable. Depuis la création d'Osez Entreprendre en 2013, aucune des personnes suivies par l'Ouvre-Boîte 44 n'est devenue entrepreneuse-salariée associée de la coopérative.

Le choix des Intercommunalités de mettre l'accent sur l'objectif de développement économique modifie les profils des activités et des entrepreneurs accompagnés par les structures étudiées. Sans accueillir pour autant les projets à fort potentiel de développement, la Miel s'oriente vers un public plus qualifié. Comme l'accès aux structures détermine l'accès des individus à leurs ressources entrepreneuriales, il convient maintenant de détailler quels profils entrepreneuriaux ont accès à quelles structures dans les intercommunalités étudiées.

---

<sup>184</sup> Les trois hommes entrepreneurs rencontrés accompagnés par Osez Entreprendre sont tous suivis par la BGE.

## **2 Un accès différencié aux ressources entrepreneuriales dans les intercommunalités**

### **2.1 Différentes structures pour différents profils entrepreneuriaux**

#### *2.1.1 Une géographie des structures d'accompagnement dans les intercommunalités*

##### 2.1.1.1 Une approche exploratoire

Tandis que le chapitre précédent questionnait l'accès pour tous aux ressources entrepreneuriales dans des structures précises, cette section ouvre la réflexion à l'échelle intercommunale. Pour ce faire, elle appréhende la géographie des structures d'accompagnement situées dans les territoires d'étude en cherchant moins à dresser une cartographie exhaustive de leur distribution spatiale qu'à analyser la capacité des individus à y avoir accès. Elle interroge ainsi l'accès de l'ensemble des entrepreneurs à l'ensemble des structures répertoriées et aux ressources qu'elles proposent. L'enquête a révélé une diversité d'objectifs de la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV, qui se traduit par la présence d'une pluralité de structures d'accompagnement au sens étendu. Ces dernières soutiennent des projets et des entrepreneurs aux profils variés. Cette triple diversité d'objectifs, de structures, et de publics m'a semblé constituer un objet pertinent à analyser dans le cadre d'une problématique qui questionne une politique publique d'entrepreneuriat pour tous et qui interroge les images stéréotypées de l'entrepreneur de banlieue.

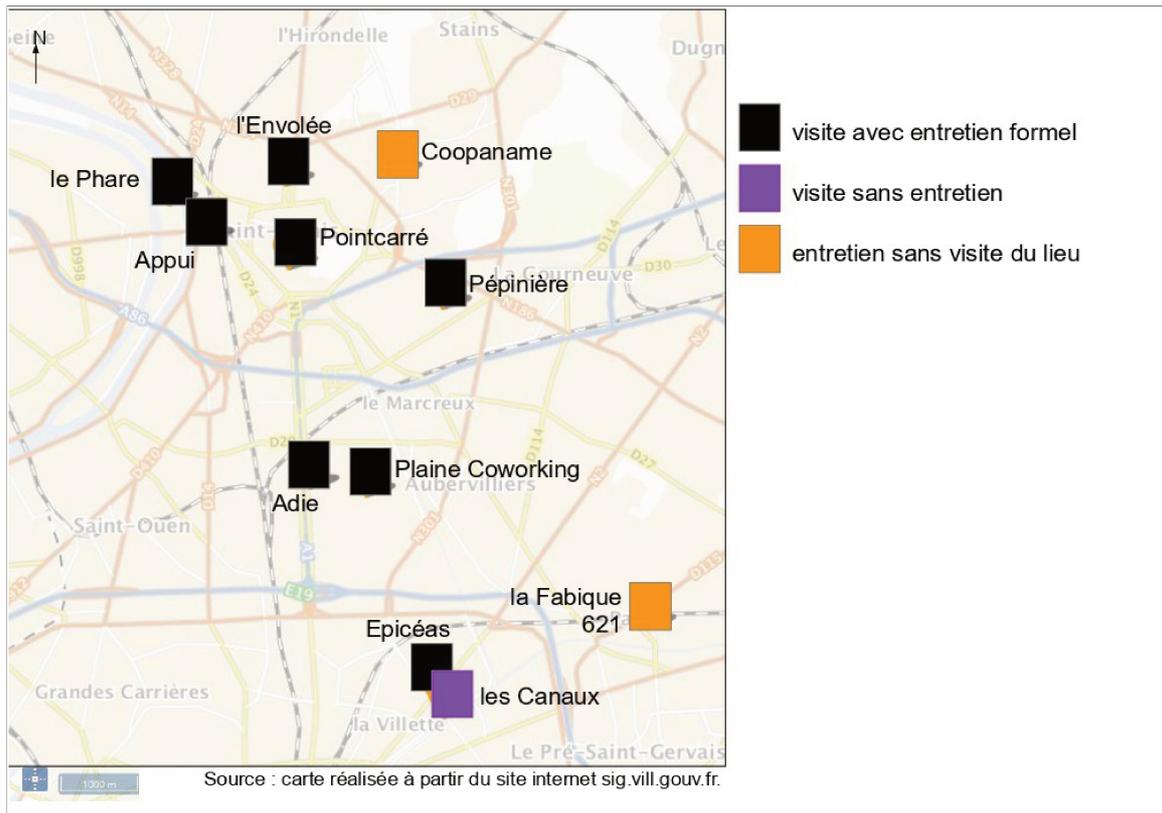
La récurrence de noms de structure dans les propos des acteurs enquêtés, dans les documents publics, et/ou dans les événements m'a conduite à leur accorder un intérêt particulier pour comprendre le contexte territorial dans lequel agissent la Miel et Osez Entreprendre. Par un travail de veille, j'ai dressé une liste des structures existantes tout en ayant conscience de leur

fluctuation<sup>185</sup>. J'ai visité les structures satellites à l'objet d'étude, discuté avec leurs gérants et parfois avec les entrepreneurs qu'elles suivent, assisté à des événements qu'elles ont organisés et/ou elles étaient présentes. Si la thèse détaille les portraits de la Miel et d'Osez Entreprendre, elle dresse seulement une esquisse des structures présentées dans la suite de cette section, en centrant le propos sur leur accessibilité et sur leur influence sur l'accompagnement de la Miel et d'Osez Entreprendre. Dans le territoire d'étude de la Miel, j'ai visité les bâtiments et rencontré les gérants de l'espace de coworking Plaine Coworking, de la coopérative Pointcarré, de la coopérative Epicéas, du lieu collectif le Phares, de l'incubateur l'Envolée, de la Pépinière de la Courneuve, de l'association Appui, et de l'Adie. Je me suis aussi entretenue avec les gestionnaires de l'association Startup Banlieue, de l'incubateur Plaine des Saveurs, de la CAE Coopaname, du réseau ME93, du Citélab, et de l'incubateur la Fabrique 621 sans visiter leur établissement. Dans le cas de Startup Banlieue, je me suis entretenue avec trois entrepreneurs qui ont suivi l'une de ses sessions d'accompagnement et j'ai assisté à l'une de ses masterclasses<sup>186</sup>. La carte ci-dessous localise ces différents acteurs.

---

185 Par exemple, un incubateur pour personnes réfugiées a été ouvert à Saint-Denis en décembre 2020, après l'enquête de terrain.

186 Il s'agit d'un cours de perfectionnement et de partage d'expériences donné par un expert d'une discipline, d'un thème, et/ou d'une méthode.



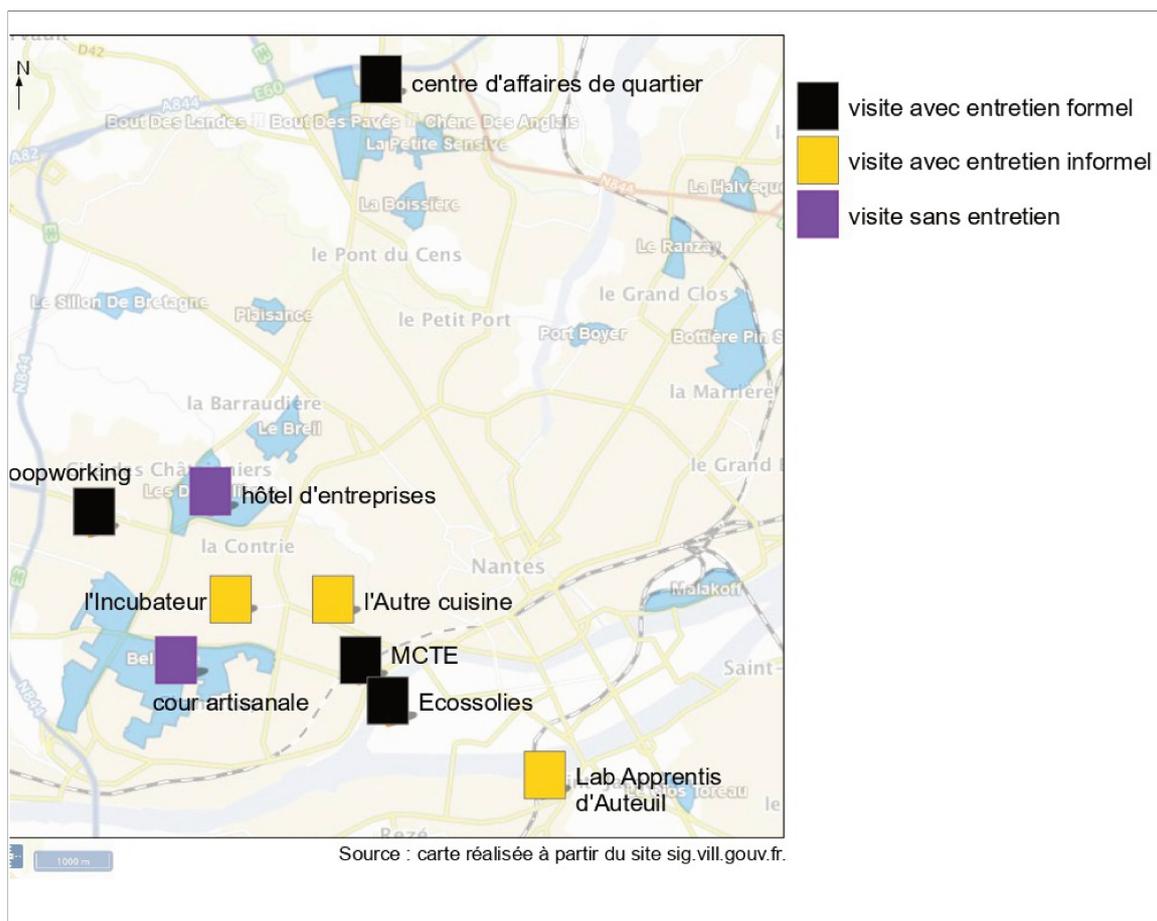
Carte 5: Les structures visitées en relation avec la Miel

Réalisation : Loréna Clément, OpenOffice Dessin, 2020.

Dans le territoire d'étude d'Osez Entreprendre, j'ai visité les bâtiments et rencontré les gérants du restaurant l'Incubateur, de l'espace de cuisine partagée Coopworking, du tiers-lieu Solilab géré par les Ecossoles, de l'association des Apprentis d'Auteuil, et du CAQ de Nantes Nord. A ces entretiens et visites s'ajoutent trois observations de terrain informelles : l'une d'une cour artisanale<sup>187</sup> située à Bellevue, l'autre d'un hôtel d'entreprises<sup>188</sup> situé aux Dervallières, et la dernière de la MCTE. La carte ci-dessous localise ces différents acteurs.

187 Établissement constitué de bureaux et d'ateliers fermés destinés aux entrepreneurs artisans.

188 Établissement constitué de bureaux fermés et de salles de réunion destinés à des entreprises aux domaines variés.



Carte 6: Les structures visitées à Nantes Métropole

Réalisation : Loréna Clément, OpenOffice Dessin, 2020.

Bien que la majorité de ces structures soit implantée dans les intercommunalités de Plaine Commune et de Nantes Métropoles, quelques-unes se situent en dehors. C'est le cas d'Epicéas et de la Fabrique 621, localisées pour la première à Paris et pour la seconde dans l'intercommunalité d'Est Ensemble. Elles constituent toutefois des partenaires privilégiés de la Miel. Du côté d'Osez Entreprendre, les Apprentis d'Auteuil, les Ecossoles, et la MCTE n'œuvrent pas dans ou à proximité directe d'un QPV. Leur prise en compte m'a cependant paru nécessaire pour appréhender l'inscription des entrepreneurs des QPV dans la dynamique de développement économique du centre de Nantes.

La différence du nombre de structures rencontrées dans les deux territoires d'étude s'explique par une facilité de déplacement en Île-de-France et par un chiffre relativement restreint de structures implantées dans les QPV de l'agglomération nantaise<sup>189</sup>. En outre, le dispositif Osez

189 Les établissements visités dans les QPV de Nantes Métropole sont ceux que j'ai découverts par la lecture de

Entreprendre regroupe déjà cinq structures en son sein, tandis que la Miel n'en représente qu'une. Elle interagit donc avec davantage de partenaires.

L'ensemble des structures rencontrées possède des statuts, des objectifs, des modalités d'action, et des publics variés que je détaillerai au fil de la section.

### 2.1.1.2 Une typologie des structures d'accompagnement

De manière schématique, deux types de structure d'accompagnement à la création et au développement d'activité se dégagent de l'enquête : les structures soutenant des petits projets et les structures soutenant des projets à potentiel de développement. Ces types recourent les deux principaux objectifs de la politique d'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV. Tandis que les premières visent d'abord l'insertion socio-professionnelle, les secondes visent surtout le développement économique. En fonction de son objectif, chacune accueille des profils d'activité et d'entrepreneur, déploie des méthodes d'accompagnement, tisse des partenariats, et obtient des modes de financement qui sont différents. Le tableau ci-dessous reprend les principales caractéristiques des deux types de structure d'accompagnement rencontrés.

	<b>Les structures accompagnant les petits projets</b>	<b>Les structures accompagnant les projets à potentiel de développement</b>
<b>Objectifs</b>	Accompagner les personnes dans leur parcours de vie. Animer le territoire local.	Accompagner la croissance économique de l'entreprise. Rendre le territoire attractif.
<b>Profil des accompagnateurs</b>	Salariés aux formations variées (insertion, économie, culture...).	Entrepreneurs souvent bénévoles.
<b>Méthodes</b>	Traditionnelles (rendez-vous individuels et formations collectives).	Mentorat, coaching, <i>B to B</i> .
<b>Partenaires</b>	Collectivités territoriales, structures d'accompagnement historiques, acteurs institutionnels de l'emploi.	Entreprises, collectivités territoriales.
<b>Financeurs</b>	Acteurs publics (Etat, collectivités).	Fondations d'entreprise, acteurs publics.
<b>Communication</b>	Bouche-à-oreilles, partenaires institutionnels.	Réseaux sociaux.
<b>Profil des activités accompagnées</b>	Petites entreprises dans des secteurs dits classiques.	Entreprises à potentiel de croissance en lien avec le digital et/ou l'innovation.
<b>Profil des entrepreneurs accompagnés</b>	Quadragénaires vivant à proximité qui cherchent un épanouissement personnel.	Hommes trentenaires diplômés.

documents publics et par les entretiens. S'il existent d'autres structures implantées en QPV, celles-ci ne font pas de publicité et/ou ne sont pas en relation avec les acteurs locaux qui portent la politique d'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV.

<b>Exemples</b>	La Miel, la BGE.	Pépinière de la Courneuve, Startup Banlieue.
-----------------	------------------	--

Tableau 7: Caractéristiques générales des deux types de structure d'accompagnement rencontrés

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

Cette typologie montre toutefois ses limites car des différences sont notables à l'intérieur de chaque type en termes de statut juridique, de date de création, ou encore d'acteur initiateur du projet qu'il convient maintenant de détailler.

## 2.1.2 *Les deux formes complémentaires des structures d'accompagnement*<sup>190</sup>

### 2.1.2.1 Les structures accompagnant les petits projets

La Miel, la BGE, l'Ouvre-Boîte 44, mais aussi Coopworking, Plaine Coworking, Plaine des Saveurs, et Coopaname s'inscrivent dans ce premier type de structure d'accompagnement au sens large. Moins formalisées, deux autres structures rencontrées les rejoignent : Appui et l'Incubateur. Plus petites, reposant principalement sur l'initiative d'un individu, celles-ci offrent un accompagnement construit au fil de l'eau à quelques restaurateurs informels. Le passage des conseillers d'une structure à une autre révèle leurs similitudes. Une conseillère de la BGE a travaillé auparavant à l'Adie ; un entrepreneur associé de l'Ouvre-Boîte 44 a fondé Coopworking. Ces structures partagent aussi des programmes d'accompagnement. Par exemple, la Miel est membre du jury du programme Cartel de Plaine Coworking. Elle était également membre du jury de sélection de Plaine des Saveurs avant que celle-ci ne ferme. Leur proximité facilite le parcours d'accompagnement des entrepreneurs, ces derniers pouvant passer de l'une à l'autre. Des traiteuses accompagnées par Osez Entreprendre sont hébergées à Coopworking.

La majorité de ces structures est relativement ancienne. La Miel a vu le jour en 1998. Une antenne de Coopaname s'est implantée à Plaine Commune en 2006. Comme Plaine des Saveurs, Osez Entreprendre a été créé en 2013, mais le dispositif perpétue des actions mises

<sup>190</sup> Un tableau qui synthétise les caractéristiques de chaque structure se situe à la fin du texte de présentation.

en place dès 2006 par le même collectif d'acteurs. Ces derniers sont antérieurs à la création d'Osez Entreprendre : la structure nationale de la BGE est née en 1978 et son antenne locale en Loire-Atlantique a été établie en 1982 ; l'Ouvre-Boîte 44 est une CAE locale qui est née en 2003 et est implantée depuis plus de 10 ans dans un QPV de Nantes Métropole ; la structure nationale de l'Adie a été créée en 1989 et son antenne en Loire-Atlantique existe depuis 25 ans ; la structure nationale de France Active est née en 1996 et est aussi ancrée localement depuis longtemps. Cette ancienneté est moins nette pour les structures d'hébergement comme Plaine Coworking ou Coopworking, respectivement créées en 2015 et en 2014. Leur jeunesse s'explique par la récente mise à l'agenda des besoins en hébergement entrepreneurial. Leur moyenne d'âge se situant entre 15 à 20 ans, les structures soutenant les petits projets ont l'habitude d'accompagner les entrepreneurs selon les méthodes traditionnelles présentées dans les chapitres antérieurs.

Par ailleurs, leur histoire les inscrit dans les réseaux institutionnels de leur territoire d'implantation. Créées en continuité des politiques publiques de la fin des années 1980 qui envisagent la création d'entreprise comme une alternative face au chômage structurel, elles répondent à des besoins soulevés par les acteurs nationaux et locaux. Elles visent à accompagner des individus dans leur parcours de vie en sécurisant leur activité professionnelle. Elles s'adressent principalement à des demandeurs d'emploi qui veulent créer le leur. Qu'elles soient d'initiative publique ou privée, ces structures entretiennent donc des liens avec les pouvoirs publics. Par exemple, Plaine Coworking a été créée par huit dirigeants d'entreprise membres de Plaine Commune Promotion qui est soutenue par l'Intercommunalité ; Plaine des Saveurs a été portée par deux anciens restaurateurs qui ont fait le constat avec le service d'ESS de Plaine Commune et avec la Miel d'un manque d'accompagnement et d'hébergement des activités de restauration-traiteur dans l'intercommunalité. Dans ce cadre, leur mode de communication est institutionnalisé : elles s'appuient surtout sur leurs partenaires de l'emploi et de l'insertion, sur le collectif intercommunal des acteurs de l'entrepreneuriat, et sur le bouche-à-oreilles pour se faire connaître. D'ailleurs, les financeurs nationaux et locaux comme la BPI et des élus intercommunaux évoquent parfois l'enjeu de « désinstitutionnaliser » leurs pratiques pour toucher les habitants des QPV qui sont éloignés de ces structures publiques. A cet effet, la Miel a renforcé sa présence sur les réseaux sociaux et Osez Entreprendre a mené une campagne d'affichage publicitaire sur les panneaux de bus JC Decaux en 2019 et 2020.

Ces structures accompagnent des entrepreneurs aux profils variés mais qui créent essentiellement des activités de petite ampleur. Elles suivent globalement des personnes d'environ quarante ans, femmes et hommes confondus, qui créent et/ou développent des TPE dans des secteurs traditionnels, dont une grande partie est en reconversion professionnelle, et qui cherchent un épanouissement personnel par le travail. Par exemple, la moyenne d'âge à Plaine Coworking est de 32 ans avec une large amplitude allant de 23 à 60 ans et la parité des sexes est respectée ; Plaine des Saveurs accueillait des femmes ayant entre 30 et 40 ans, diplômées de l'enseignement supérieur, de catégorie socio-professionnelle supérieure, et en reconversion<sup>191</sup>. Une particularité commune traverse l'ensemble de ces structures : l'absence d'un public de moins de trente ans. Ce constat est mis en avant durant les entretiens et dans les documents publics. A Osez Entreprendre, les moins de 30 ans représentent 10,5 % du public d'après son rapport d'activité de l'année 2019. Leur part diminue par rapport à 2018 où elle atteignait 12,6 %. Du côté de la Miel, 6 % des personnes accueillies en 2018 ont moins de 25 ans. Une dichotomie entre les structures soutenant des petits projets est toutefois décelable en fonction du niveau de diplôme. Tandis que Plaine Coworking, Plaine des Saveurs, Coopaname, ou Coopworking s'adressent à des publics diplômés, les petites structures plus informelles comme Appui et l'Incubateur suivent surtout des personnes sans diplôme reconnu. Le tableau ci-dessous synthétise les caractéristiques des structures présentées dans l'ensemble de la sous-section.

Nom	Type de structure	Objectif	Date de création	Projets accueillis	Lieu	Initiateurs	Public
<b>Coopaname</b>	CAE.	Mutualisation des moyens et accompagnement.	2006.	Tout type.	Aubervilliers puis Saint-Denis.	Entrepreneurs	CSP+ en reconversion.
<b>Plaine Coworking</b>	Espace de travail partagé.	Hébergement (avec une animation).	2015.	Activités de bureau (TPE).	Aubervilliers.	Dirigeants d'entreprise.	Majorité de CSP+.
<b>Plaine des Saveurs</b>	Incubateur.	Hébergement et accompagnement entrepreneurial.	2013.	Activités culinaires.	Saint-Denis, puis Saint-Ouen, puis la Courneuve.	Anciens restaurateurs et Plaine Commune.	Femmes de CSP+ en reconversion.
<b>Coopworking</b>	Espace de travail partagé.	Hébergement entrepreneurial.	2014.	Activités culinaires.	Saint-Herblain.	Entrepreneurs de l'Ouvre-Boîte 44.	CSP+ en reconversion.
<b>Incubateur</b>	Restaurant	Hébergement et	2014.	Activités	Nantes.	Entrepreneurs	Micro-

191 Ces informations sont principalement issues des entretiens avec les gérants des structures. Elles sont parfois complétées par des observations de terrain et/ou par l'analyse de documents relatifs à ces structures.

Nom	Type de structure	Objectif	Date de création	Projets accueillis	Lieu	Initiateurs	Public
	associatif.	accompagnement entrepreneurial.		culinaires.		.	entrepreneurs à majorité étrangers.
<b>Appui</b>	Association.	Accompagnement de projets.	2005.	Activités culinaires.	Saint-Denis puis Aubervilliers.	Entrepreneurs.	Femmes étrangères peu diplômées.
<b>Pépinière</b>	Pépinière.	Hébergement et accompagnement entrepreneurial.	2005.	Activités à potentiel de développement.	La Courneuve.	Élus de Plaine Commune.	Hommes trentenaires de CSP+.
<b>Envolée</b>	Incubateur.	Hébergement et accompagnement entrepreneurial.	2019.	Activités d'inclusion sociale.	Saint-Denis.	Crédit Coopératif.	Hommes trentenaires de CSP+.
<b>Startup Banlieue</b>	Association.	Accompagnement à l'entrepreneuriat.	2017.	Tout type.	Pas de local propre.	Entrepreneurs.	Jeunes (20 à 30 ans)

Tableau 8: Caractéristiques des structures entrepreneuriales des terrains d'étude

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

### 2.1.2.2 Les structures accompagnant les projets à potentiel de développement

Opposées mais complémentaires au premier type de structure d'accompagnement, les structures qui soutiennent des projets à potentiel de développement constituent le second type. Elles suivent un objectif d'attractivité et de développement local. Bien qu'elles s'adressent aux entrepreneurs endogènes et exogènes à leur territoire d'implantation, elles accompagnent surtout des personnes qui vivent dans la métropole proche de l'intercommunalité étudiée, et dans une moindre mesure des personnes qui vivent dans ses QPV. Les activités accueillies par ces structures sont considérées innovantes ; elles reposent souvent sur des aspects digitaux et/ou sur des enjeux environnementaux. Les entrepreneurs qui portent ces activités sont généralement plus jeunes, plus diplômés, et plus masculins que le public suivi par les structures d'accompagnement du premier type. Globalement, ce sont des hommes d'une trentaine d'années, titulaires de master, parfois issus d'une grande école ou d'une école de commerce, acculturés à l'univers de la tech. Cherchant à développer les projets économiques qu'elles accompagnent, ces structures insistent sur la mise en réseau des personnes accueillies

pour accroître leurs opportunités. L'encart ci-dessous présente deux structures qui relèvent de ce type. Situées sur le territoire de Plaine Commune, elles proposent à la fois un hébergement et un accompagnement. Elles sont en contact avec l'Intercommunalité qui les soutient dans le cadre de sa politique de développement économique local.

*Des structures visant le développement économique : la Pépinière (visite en avril 2018) et l'Envolée (visite en juillet 2019)*

La Pépinière est une structure d'hébergement généraliste créée en 2005 par les élus de Plaine Commune dans la cité des 4000 à la Courneuve pour favoriser le développement local. Elle est gérée par la Miel dans le cadre d'une délégation de service public. La pépinière<sup>192</sup> propose un accompagnement individuel et collectif aux entrepreneurs qu'elle héberge. Il prend la forme d'événements et de formations autour des problématiques de ressources humaines, de mise en réseau professionnel, et de savoir-être. Le lieu dispose de 30 locaux qui sont des bureaux et/ou des ateliers, d'un petit espace de coworking de 7 places, et d'espaces de convivialité constitués par un endroit de détente et par un réfectoire. Il loge 24 entreprises dont une grande partie développe des activités numériques : télémarketing, e-commerce d'objets connectés, e-learning du permis de conduire, conception de jeux vidéos, de logiciel de calcul, lutherie électronique... Trois activités sont d'ailleurs labellisées « French Tech Diversité ». Les entrepreneurs hébergés sont à 80 % des hommes, titulaires au moins d'une licence universitaire, qui ont entre 25 et 35 ans. Le gérant de la pépinière reconnaît que la stratégie de développement économique local de la structure repose sur une logique d'attraction plus que sur l'entrepreneuriat endogène. A la fin de l'année 2018, 50 % des entrepreneurs qu'elle héberge vivent à Paris. Les 50 % restants vivent à Plaine Commune, mais seulement 2 entrepreneurs sur 24 habitent dans un QPV à proximité, soit moins de 10 % du public total hébergé.

L'Envolée est un incubateur ouvert en février 2019 par le Crédit Coopératif dans un quartier proche du centre-ville dionysien. Destiné à aider les entreprises de l'ESS à se développer en mettant à leur disposition un réseau et des formations, il est animé par une ancienne entrepreneuse qui gère l'accompagnement individuel et collectif, les partenariats, et le fonctionnement interne de la structure. Le lieu dispose de 17 postes fixes en open space, de 2 salles de réunion, de 2 espaces d'atelier, d'un espace de détente où jouer à des jeux vidéos, et d'une cuisine commune. Il loge actuellement 8 structures inscrites dans le champ de l'ESS. Les projets économiques hébergés, jugés innovants, valorisent l'inclusion : un projet de digitalisation de monnaie locale, un projet de CAE ciblée sur l'utilisation des mobilités douces aux derniers kilomètres qui embaucherait les jeunes du territoire, une restauration-traiteur biologique locale, une conception de jeux sportifs faisant interagir des étudiants d'école de commerce avec des réfugiés, un compte en banque solidaire, un marché de nuit festif et engagé... Parmi les 8 structures, 7 sont portées par des hommes. Ils sont tous diplômés de grande école ou d'école de commerce. La majorité a entre 23 et 30 ans. Elle vit à Paris. Seules 2 activités accueillies sont menées par des entrepreneurs qui vivent à proximité.

Ces présentations illustrent les différences de profils mais aussi de ressources entrepreneuriales proposées par ces structures d'hébergement par rapport aux structures au

---

<sup>192</sup> Incubateur et pépinière accueillent, hébergent, et accompagnent des entreprises en phase de création ou créées récemment. Alors que la pépinière est théoriquement généraliste, l'incubateur cible les projets à fort potentiel de développement.

### 2.1.2.3 Les nouveaux entrants

Le travail de veille numérique m'a permis de découvrir l'existence de récentes structures d'accompagnement, très actives sur les réseaux sociaux, et parfois citées par des chefs d'entreprise et/ou des acteurs politiques nationaux. Curieuse, j'ai suivi leur actualité sur l'internet et j'ai élargi l'enquête à l'une d'elle, Startup Banlieue. J'ai participé à l'une de ses masterclasses en septembre 2018 ; j'ai mené trois entretiens avec des participants, ainsi que deux entretiens avec des bénévoles de l'association. Ces structures d'accompagnement récentes se rattachent au deuxième type en ce qu'elles sont acculturées à l'enjeu de croissance économique par l'entrepreneuriat. Elles sont gérées par des entrepreneurs, s'adressent à un public relativement jeune qui développe souvent des projets inscrits dans le champ numérique, mettent en œuvre un accompagnement fondé sur la mise en réseau et le pair-à-pair. En outre, elles utilisent beaucoup les réseaux sociaux pour communiquer.

Contrairement aux structures de deuxième type déjà présentées, elles sont peu soutenues par l'Intercommunalité. Leurs porteurs s'appuient surtout sur leur réseau professionnel : entreprises et fondations financent leurs programmes. En outre, la valorisation de la banlieue et de ses entrepreneurs constitue l'un de leurs objectifs qu'elles n'hésitent pas à mettre en avant. Reprenant les discours politiques nationaux, elles déclarent accompagner les potentiels entrepreneuriaux inexploités de la banlieue et elles revendiquent une identité liée aux cultures urbaines. L'encart ci-dessous présente deux structures qui relèvent de ce sous-type. Elles sont toutes deux situées sur le territoire de Plaine Commune.

*Des structures pour « entrepreneurs banlieusards »<sup>193</sup> : la French Tess et Startup Banlieue*

Créée en 2018, la French Tess se présente comme une start-up associative qui aide les entrepreneurs de 16 à 25 ans vivant en QPV à monter leur start-up. Active depuis 2017, Startup Banlieue est une association créée par des entrepreneurs trentenaires, issus de diverses villes de France, à l'appel de Loubna Ksibi. Cette dernière est une entrepreneuse française d'une trentaine d'années, d'origine maghrébine, fondatrice de la start-up Meet My Mama qui propose aux entreprises des prestations culinaires réalisées par des femmes au foyer issues de l'immigration ou réfugiées. Startup Banlieue propose aux jeunes entrepreneurs de banlieue des masterclasses, des week-ends d'accompagnement intensifs, et des événements de mise en réseau avec le monde économique parisien. Ces jeunes ont entre 20 et 30 ans. Certains sont diplômés de grandes écoles tandis que d'autres sont des autodidactes qui maîtrisent les technologies numériques. Femmes et hommes sont représentés, ces derniers étant légèrement majoritaires. Startup Banlieue est soutenue par des

193 Cette citation provient du site internet de Startup Banlieue, visité en octobre 2018.

acteurs privés variés : des structures d'accompagnement similaires comme The Family<sup>194</sup>, Les Déterminés, ou Make Sense<sup>195</sup>, mais aussi des entreprises comme Vinci, la BNP, ou Redbull, et des écoles de commerce comme HEC. La French Tess et Startup Banlieue reprennent dans leur nom l'image de l'entrepreneur de banlieue qui est valorisée à l'échelle nationale : accolées aux termes « Banlieue » et « Tess »<sup>196</sup>, « French » et « Startup » se réfèrent aux porteurs de projet innovants qui vivent dans ces territoires. Il s'agit d'intégrer les entrepreneurs de banlieue au mouvement national de la tech en « redonn[ant] confiance aux banlieues et dans les banlieues » par la mise en valeur de leurs entrepreneurs talentueux et en créant « des ponts au-delà du périphérique »<sup>197</sup>. Pour attirer les jeunes entrepreneurs des QPV et pour lutter contre la dépréciation de ces territoires, Startup Banlieue revendique son identité banlieusarde. Par exemple, ses bénévoles mettent de la musique rap en fond sonore et accrochent des affiches illustrées de décors urbains, de graffitis, et de slogans comme « Impossible n'est pas banlieue » pendant la masterclass à laquelle j'ai assisté. Globalement appréciée par les participants, cette mise en scène vise à créer un sentiment d'appartenance et une fierté collectifs. Elle vise aussi à montrer que la culture de banlieue fait partie intégrante de la culture française. Par exemple, les bénévoles portent des maillots de l'équipe de France de football.

La diversité des structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat présentes dans les intercommunalités étudiées, situées surtout à Plaine Commune, illustre les différentes façons dont les acteurs institutionnels conçoivent la création d'activité, ainsi que l'hétérogénéité des profils entrepreneuriaux qui vivent en QPV. Cette diversité repose sur deux logiques distinctes elles-mêmes subdivisées. Tandis que le premier type de structure s'inscrit dans des objectifs socio-économiques et est en partie porté par les acteurs publics locaux, le second type de structure s'inscrit dans un objectif économique et est surtout porté par des entreprises et des acteurs publics intervenant à d'autres échelons que le local, comme la BPI. Opposés sur leur vision de l'entrepreneuriat, les deux types de structure d'accompagnement se révèlent toutefois complémentaires car ils ne s'adressent pas aux mêmes publics et ne mettent pas en œuvre les mêmes méthodes. Leur conception de l'entrepreneuriat, liée en partie à leur ancienneté, influence le soutien qu'ils reçoivent des Intercommunalités.

---

194 Entreprise fondée en 2013 qui promeut l'émergence d'un écosystème de start-ups dans le champ de l'économie numérique en les accompagnant dans leur développement contre une participation à leur portefeuille.

195 Structure fondée en 2010 par des entrepreneurs sociaux dans le but de renforcer des communautés d'entrepreneurs qui veulent construire une société inclusive et durable.

196 Verlan du mot « cité ».

197 Ces citations sont issues de la présentation d'un événement de Startup Banlieue sur son site internet (mars 2019). Il s'agit d'un week-end entrepreneurial organisé à Lyon le mois suivant.

### 2.1.3 Une géographie des structures d'accompagnement orientée par les acteurs publics

#### 2.1.3.1 Les Intercommunalités en faveur des structures historiques

Les Intercommunalités étudiées structurent un collectif local d'acteurs de l'entrepreneuriat dans lequel s'inscrivent la Miel et Osez Entreprendre. Elles lui dédient d'abord leur budget en affirmant la nécessité de présenter un parcours entrepreneurial institutionnel lisible aux habitants. Plaine Commune finance le Citélab, La Miel, Initiative Plaine Commune, Plaine Coworking, ou encore la Pépinière qui constituent les acteurs locaux de son parcours fléché. Certains d'entre eux composent le deuxième collège du conseil d'administration de la Miel, preuve de la force de la structuration institutionnelle intercommunale. De son côté, Nantes Métropole finance Osez Entreprendre qui est en lui-même un collectif d'acteurs. L'Intercommunalité a aussi créé en 2010 le label « Supporteurs de la création 44 » avec l'aide de la CCI. Il regroupe des aménageurs, des associations d'accompagnement et de financement à la création et au développement d'activité, des structures d'hébergement, et des acteurs de l'ESS qui agissent ensemble à l'échelle départementale de la Loire-Atlantique. Les quatre structures d'Osez Entreprendre y sont présentes. Chaque année, le label organise « la semaine de la création » destinée à l'ensemble des entrepreneurs du territoire.

Dans un contexte national qui valorise le potentiel entrepreneurial des banlieues, de nouvelles structures de soutien à l'entrepreneuriat sont créées et ciblent les habitants de ces territoires. Elles correspondent au profil des « nouveaux entrants », comme Créo et les Déterminés, ou d'incubateurs<sup>198</sup> comme Station F<sup>199</sup> qui a lancé le *Fighters Program* destiné aux jeunes « qui ont commencé derrière la ligne de départ ». Cette expression inclut les entrepreneurs établis en quartiers prioritaires, d'après les critères de sélection définis sur le site internet dédié. Si ces structures ne sont pas implantées physiquement dans les intercommunalités étudiées, elles s'adressent à leurs habitants. Certaines d'entre elles sont par ailleurs localisées sur Plaine Commune<sup>200</sup>, comme Réseau des Cadres et des Etudiants (RCE). Créée à Stains en 2016 par

---

198 Par exemple, un article paru en juillet 2019 dans les *Echos* dresse le portraits de 11 incubateurs installés entre 2011 et 2019 dans le département de la Seine-Saint-Denis : Bond'Innov, Incoplex 93, Ici Montreuil, etc.

199 Station F est un incubateur de start-ups à l'initiative de Xavier Niel, fondateur de l'opérateur de téléphonie Free.

200 Le propos se centre ici sur Plaine Commune car peu de « nouveaux entrants » s'implantent dans les QPV de Nantes Métropole. Ils sont davantage attirés par le dynamisme du centre-ville nantais.

des entrepreneurs endogènes, cette association vise à renforcer le réseau professionnel de ses adhérents.

Proposant des discours et des pratiques entrepreneuriaux qui diffèrent de ceux des structures historiques de l'intercommunalité, ces structures récentes sont peu, voire mal, considérées par Plaine Commune. Selon l'une de ses chargées de mission, l'Intercommunalité ne les aide pas à s'installer : « la collectivité a des outils qu'on finance à plusieurs centaines de milliers d'euros. [...] toute initiative qui sort et qui fait mieux, soit on essaye de la buter, soit on ne s'en occupe pas et il faut faire sans. À mon avis, c'est une erreur. [...] Il faut raccrocher à cette dynamique, sinon on va être à côté de la plaque. Mais de A à Z. On l'a été » (avril 2018). Les propos tenus par un membre de Startup Banlieue rejoignent ce constat. Alors que des grandes entreprises comme Vinci ou BNP ont sponsorisé son événement au Stade de France, et que le secrétaire d'État au numérique Mounir Mahjoubi en a été l'un des mentors, les acteurs publics locaux sont restés en retrait : « Il n'y a aucune collectivité qui a répondu à nos appels. On a essayé de rentrer en contact avec, mais il n'y a pas eu forcément de retour. Généralement, il y a la mairie. Alors le maire de Saint-Denis est quand même venu à la finale. On a quand même eu un entretien avec lui, le président a eu un entretien avec lui, mais ça s'arrêtait là [...] Par exemple, moi je viens d'Aubervilliers. J'ai été à la mairie d'Aubervilliers, j'en ai parlé à différents élus et différentes personnes, juste pour avoir un soutien, même en termes de communication. Je n'ai pas eu de retour. Même de présence, je n'en ai pas eu. Il n'y en a pas eu au stade de France » (décembre 2017). Un conseiller de la Miel cite aussi le cas de l'Envolée, au moment où l'incubateur devait ouvrir prochainement dans le centre-ville dionysien. Lors d'une discussion informelle, il me demande de ne pas ébruiter l'affaire tant qu'elle n'est pas officiellement conclue car il existe des dissensions à ce sujet entre des élus locaux. Il ressort de ces différents exemples que l'Intercommunalité entend garder sa cohérence en continuant à soutenir ses structures historiques, au détriment de nouvelles dont elle semble interroger les finalités.

### 2.1.3.2 Des structures récentes soutenues par les acteurs d'autres échelons

La fermeture de Plaine Commune vis-à-vis de certaines structures d'accompagnement est contrebalancée par l'intervention d'acteurs publics oeuvrant à d'autres échelons territoriaux. Leur soutien différent traduit leur conception divergente de l'entrepreneuriat, surtout axée sur le développement économique. Bien que les structures qu'ils supportent ne soient pas physiquement présentes dans l'intercommunalité, elles sont implantées dans le département et

s'adressent à l'ensemble de ses habitants vivant en QPV. Par exemple, la BPI finance l'accélérateur d'entreprises My Creo Academy localisé à Aulnay-Sous-Bois en Seine-Saint-Denis. Elle a par ailleurs inauguré l'accélérateur d'entreprises de Seine-Saint-Denis au Dock B de Pantin en juillet 2019, événement durant lequel la Miel tenait un stand et où j'ai croisé des entrepreneurs qu'elle accompagne. De son côté, la Région Ile-de-France a financé des structures comme Time2start à travers son appel à projet régional. Cette association organise « une académie des entrepreneurs »<sup>201</sup> vivant en QPV. Créée en 2013 par des dirigeants d'entreprise issus d'écoles de commerce et de journalisme, elle propose un programme d'accompagnement d'une durée de 25 semaines aux « pépites » des quartiers prioritaires franciliens.

Si les acteurs publics supra-départementaux participent à diversifier l'offre de soutien entrepreneurial au profit des projets à potentiel de développement sur des périmètres qui dépassent mais englobent l'intercommunalité étudiée, les praticiens de l'accompagnement que j'ai rencontrés augmentent les ressources proposées aux entrepreneurs au sein des QPV. Formés au développement économique et arrivés récemment à leur poste, des chargées de mission de Plaine Commune et des conseillers de la Miel modifient les traditions partenariales des structures d'accompagnement en montant de nouvelles coopérations. Ils en nouent selon l'utilité qu'elles représentent pour la croissance des activités qu'ils soutiennent, et non selon un critère historique et/ou politique. Par exemple, la chargée de mission de Plaine Commune citée précédemment s'entretient régulièrement avec le RCE, le conseiller de la Miel en charge des projets d'ESS échange avec l'Envolée, et celui en charge des TPE discute avec Mieux Entreprendre 93 (ME93), un réseau d'entrepreneurs qui dépend historiquement du Mouvement des entreprises de France (Medef) : « Elle [la directrice du club] vient à mes événements. J'essaye d'aller au maximum aux siens. On se tient au courant. On est en bonne entente, en fait. Jusqu'à ce qu'on arrive à trouver un moyen, à un moment donné, de travailler ensemble. Pour l'instant, on n'a pas vraiment trouvé. Même si j'aimerais beaucoup et [elle] aussi. [...] Je travaille avec, on est copain. Après, on n'a pas encore prévu d'événements en commun [...] On n'a pas prévu de choses en commun. Parce que, quand tu te baladeras sur le territoire, tu verras qu'il y a des histoires de politique et de machin » (mai 2018). Une traiteuse de plats d'influence méditerranéenne suivie par la Miel a ainsi rejoint la première promotion de l'Envolée. Le travail quotidien des professionnels de l'accompagnement participe à la reconnaissance de ces nouvelles structures qu'ils jugent profitables aux entrepreneurs de l'intercommunalité. L'enjeu de diversifier les opportunités des entrepreneurs en connectant les

---

201 Les expressions entre guillemets sont employées sur le site internet de l'association.

structures d'accompagnement anciennes et récentes constitue aussi l'un des chevaux de bataille du chargé de mission de Résovilles dédié au développement économique.

*Diversifier l'accompagnement entrepreneurial en QPV : le rôle de Résovilles*

En 2016, le centre de ressources des régions Bretagne et Pays de la Loire accueille un nouveau salarié en charge du développement économique. Âgé d'environ 35 ans, travaillant précédemment dans une CRESS sur le sujet de la coopération économique, il conçoit la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV selon une approche économique. Dans ce cadre, il a lancé en 2019 des groupes de travail sur le business de proximité et l'achat local pour créer des partenariats entre les entreprises implantées en et hors QPV. Il organise aussi chaque année le forum Citécap qui réunit des acteurs de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville. A l'édition 2019 étaient présents la BPI, le CGET, des élus et des salariés de la Ville de Nantes et de Nantes Métropole, un représentant de la préfecture de Loire-Atlantique, la BNP, France Active, l'Adie, la BGE, l'Ouvre-Boîte 44, Entreprises pour la cité, un incubateur social qui agit en QPV, une association d'insertion par l'activité culinaire, Coopworking, des représentants de centres sociaux, etc. En mettant en relation des structures de l'entrepreneuriat classique et de l'ESS, anciennes et récentes, le chargé de mission de Résovilles espère renouveler l'offre d'accompagnement en QPV pour augmenter les ressources proposées aux habitants : « on voit bien que dans le paysage, il y a de nouveaux acteurs qui arrivent, avec d'autres méthodes et façons de faire. Et c'est clair que ça bouscule aussi. Moi je trouve ça très bien, ça renouvelle, et ça bouscule aussi l'historique, de se reposer des questions. Ce n'est pas parce qu'on est le spécialiste de la création d'entreprise depuis 20 ans qu'on doit toujours faire la même chose. J'ai l'impression que, souvent, on est sur une rente<sup>202</sup> » (juillet 2018). Malgré sa posture d'équilibriste, l'influence du représentant de Résovilles reste limitée par des rapports de force politiques qui traversent le monde de l'entrepreneuriat de ce territoire.

La géographie des structures d'accompagnement dans les intercommunalités étudiées révèle leurs différentes conceptions et pratiques de l'entrepreneuriat. Elle montre aussi la diversité des ressources qu'elles proposent, qui ne sont pas adressées à tous les profils entrepreneuriaux. Il convient alors d'examiner l'accès des individus aux différentes structures pour comprendre à quelles ressources ils peuvent accéder.

---

202 Ce terme a aussi été utilisé par le représentant de la BPI en charge du programme « Entrepreneuriat pour tous » et par la chargée de mission de Plaine Commune qui œuvre sur le développement économique des QPV.

## 2.2 Une fragmentation socio-spatiale qui perdure dans l'offre d'accompagnement en QPV

### 2.2.1 Une politique territoriale d'accès pour tous marquée par des inégalités géographiques

#### 2.2.1.1 Un hébergement des entrepreneurs diplômés et exogènes aux QPV

Certaines structures situées dans les intercommunalités étudiées accompagnent peu, voire pas, d'entrepreneurs vivant en QPV. L'analyse des profils entrepreneuriaux accueillis révèle une segmentation des publics selon les projets qu'ils portent, excluant les habitants des QPV d'une partie des structures. Lorsqu'elles s'inscrivent dans un objectif de développement économique, celles-ci accompagnent des entrepreneurs qui mènent des projets avec un potentiel de croissance et/ou d'innovation. Ces entrepreneurs sont surtout des personnes diplômées. C'est le cas à la Pépinière de la Courneuve et à l'Envolée, comme l'ont montré leurs descriptions antérieures. C'est aussi le cas à l'incubateur culinaire Plaine des Saveurs.

*« Ceux qui sont prêts à franchir le pas » sont hébergés à Plaine des Saveurs*

Implanté dans le territoire de Plaine Commune, Plaine des Saveurs est un incubateur dédié aux activités culinaires qui a fonctionné de 2013 à 2018. L'entrée dans l'incubateur passe par une sélection préalable sur dossier, suivie d'un entretien physique. Pour être accepté, l'entrepreneur doit proposer un projet construit, comme l'explique l'ancien gérant de la structure : « aspect financier, aspect organisation, s'ils connaissaient un plan de cuisine, s'ils avaient déjà fait des études »<sup>203</sup> (février 2018). De plus, le projet doit être original en mélangeant les cultures gastronomiques et/ou en privilégiant les aliments biologiques et le circuit-court : « Si c'était pour accompagner le énième kebab qui allait ouvrir dans la rue de Saint-Denis ou de Saint-Ouen, ça n'a aucun intérêt ». Ces critères nécessitent des compétences préalables et une certaine connaissance des attentes du jury de la part des candidats. Par ce biais, les gérants opèrent une sélection des profils. Si l'objectif initial consiste à « sortir de l'informel les gens qui travaillent chez eux », la cible du public évolue pendant la mise en œuvre de l'incubateur. L'accompagnement des traiteuses informelles requiert des compétences spécifiques que ne possèdent pas les gérants, dont les objectifs sont d'ailleurs autres. Pour eux, il s'agit surtout d'aider des entrepreneurs assez compétents à consolider leur offre de restauration.

Ces entrepreneurs diplômés habitent souvent en dehors des QPV, principalement dans les

<sup>203</sup> Les propos proviennent du gérant principal de la structure.

métropoles alentour comme Paris et Nantes. Selon une entrepreneuse accompagnée par la Miel qui a vécu dans la cité des 4000 où est implantée la Pépinière de la Courneuve, les entrepreneurs qu'elle héberge « font tache par rapport au décor » (octobre 2018). « En costume », « ils n'ont pas le même style » que la population locale. Ce décalage vestimentaire permet aux habitants du QPV de « savoir qu'il y a quelque chose », sans quoi la structure serait inconnue de la majorité d'entre eux. Le gérant met en place des actions d'intégration locale, mais ces dernières sont motivées par un objectif sécuritaire davantage que par un objectif de participation à la vie de quartier : « On part du principe qu'il faut absolument qu'on se fasse connaître bien dans le quartier, que les gens voient notre utilité, qu'ils se disent : « Il y a des gars que je connais au sein de cette pépinière, et qui fonctionnent. Et du coup, je ne la brûlerai jamais. Je n'irai jamais contre les intérêts de cette pépinière » » (avril 2018). L'incubateur l'Envolée héberge aussi peu d'entrepreneurs des QPV. Accueillant surtout des Parisiens, la gérante de l'incubateur m'annonce au début de notre visite qu'elle craint que l'entretien ne me soit une perte de temps car l'ancrage local est restreint (juillet 2019). La jeunesse de la structure, ouverte depuis 5 mois, explique en partie cette limite car la gérante se concentre pour le moment sur son fonctionnement quotidien. Elle n'a pas encore eu le temps d'échanger avec les acteurs locaux. En outre, elle doute que le « vivier d'entrepreneurs ici » corresponde aux critères de l'Envolée. Elle présume qu'ils possèdent peu de diplômes et qu'ils ne développent pas de projet économique innovant d'inclusion sociale. L'absence relative d'entrepreneurs endogènes dans l'incubateur ainsi que son invisibilité locale apparaissent en contradiction avec l'enjeu d'inclusion que la structure porte.

## *L'invisibilité locale de l'Envolée*



Illustration 43: Façade de l'Envolée

*Réalisation : Loréna Clément, juillet 2019.*

Aucun affichage n'indique l'existence de l'incubateur dans la rue. Seule la présence d'une agence du Crédit coopératif, organisme qui porte la structure, offre un indice. Bien que ce manque de visibilité puisse être compris comme un choix de se fondre dans le décor, il révèle une absence d'informations auprès des habitants, comme si l'incubateur ne leur était pas destiné. Son implantation semble moins motivée par la volonté de participer au développement du quartier que par l'opportunité économique que représentent le proche centre-ville dionysien et l'organisation des JOP de 2024. Une étude du lieu d'habitation des entrepreneurs incubés deux ans après l'ouverture de l'Envolée permettrait de déterminer si la jeunesse de la structure explique son actuel manque d'ancrage local, ou si celui-ci est consubstantiel.

Le manque général d'offre d'hébergement entrepreneurial conduit également à ce que les structures qui sont situées en QPV attirent un public spatialement plus large que le public local. Les entrepreneurs hébergés viennent des villes alentour, comme à Coopworking qui accueille des habitants des communes ligériennes et de la côte atlantique. Lors de la visite de la cuisine partagée, je croise l'un de ses locataires (mars 2019). Français, d'environ 45 ans, cet

homme blanc est un ancien chef d'entreprise du monde de la communication qui a décidé de se reconverter dans la restauration depuis 8 ans. Il habite à Pornic<sup>204</sup> et parcourt 120 kilomètres aller-retour, faute d'un espace de cuisine partagée plus proche. Il en va de même à Plaine Coworking, structure créée pour parer l'absence de petits bureaux destinés aux entrepreneurs de l'intercommunalité et de ses alentours. La majorité des entrepreneurs qu'elle héberge habite à Paris.

Par ailleurs, les rares entrepreneurs vivant en QPV qu'accueillent ces structures d'hébergement sont généralement plus diplômés que ceux accompagnés par la Miel et par Osez Entreprendre. Parmi les deux entrepreneurs endogènes que l'Envolée héberge, l'un est un homme français, de moins de 30 ans, inscrit à un diplôme de master en géopolitique à l'Université de Paris 8, président d'un centre social ; l'autre est une femme française, trentenaire, diplômée de master, membre de plusieurs associations locales.

De fait, ce sont les individus qui possèdent au préalable le plus fort capital scolaire qui ont accès aux ressources offertes par l'hébergement entrepreneurial. Lorsque ces lieux sont animés par une personne consacrée à favoriser les échanges, les entrepreneurs hébergés peuvent augmenter leurs réseaux et leurs opportunités économiques. La gérante de Plaine Coworking se désigne comme un « facilitateur » de mise en relation des acteurs économiques en proposant des espaces de travail partagés, des temps d'informations, et des moments de convivialité au sein de sa structure. En outre, l'hébergement entrepreneurial légitime la posture professionnelle des entrepreneurs en leur procurant un label institutionnel. Il crédibilise leur entreprise aux yeux des autres. Les salles de réunion partagées offrent aux entrepreneurs hébergés des lieux professionnels de rendez-vous. Elles leur confèrent un effet de sérieux par rapport aux entrepreneurs dont les rendez-vous professionnels se déroulent dans un café ou à domicile, faute de moyens financiers pour louer un local de travail. Les espaces d'hébergement peuvent aussi servir de vitrine où les entrepreneurs exposent et testent leurs produits.

### 2.2.1.2 Une approche différenciée de la mixité entre les QPV et le reste de l'intercommunalité

La recherche de mixité sociale est utilisée par des acteurs publics pour justifier l'accueil de

---

204 Pornic est une ville touristique du littoral atlantique.

publics exogènes dans les structures situées en QPV. Une représentante de la CDC en charge des projets d'immobilier économique et le représentant de Nantes Métropole en charge d'Osez Entreprendre ont déclaré en entretien que les CAQ visent à favoriser la mixité : « Les tarifs étant préférentiels, il n'est pas question d'aller chercher d'abord des gens de l'extérieur. Malgré tout, cette mixité des usages et des populations, elle est souhaitable » ; « Ça sera la même chose sur le CAQ. L'idée, c'est de pouvoir avoir du développement économique dans les QPV pour favoriser la mixité à l'échelle d'un quartier comme on peut le faire en centre-ville. Il faut que ça bénéficie aux habitants des quartiers qui portent un projet mais si c'est un entrepreneur qui vient d'ailleurs du territoire ou qui s'intéresse, on n'y voit pas d'inconvénient » (mai 2018). Cet objectif est repris par les conseillers d'Osez Entreprendre qui montent un incubateur culinaire ouvert d'abord aux entrepreneurs qui vivent en QPV, mais aussi aux entrepreneurs qui vivent hors QPV. Or, les publics exogènes accueillis dans les structures d'hébergement présentées ci-dessus illustrent une homogénéité sociale davantage qu'une mixité sociale<sup>205</sup>. Quant aux CAQ, ils sont occupés à moins de la moitié de leur capacité un an après leur ouverture. Leur remplissage limité empêche l'existence d'une mixité. Il invite aussi à interroger les intentions des représentants de la CDC et de Nantes Métropole : la mixité est-elle recherchée pour améliorer les conditions de vie en QPV ou pour occuper des bâtiments vides en incitant des entrepreneurs exogènes à s'y installer ? Les conseillers d'Osez Entreprendre expliquent le faible taux d'occupation des CAQ du fait de leur inadéquation avec les besoins des entrepreneurs endogènes. Regrettant de n'avoir pas été contactés par l'Intercommunalité lors de la conception du projet, ils signalent l'absence d'espaces de commercialisation et d'espaces de stockage, alors que les individus qu'ils accompagnent en réclament<sup>206</sup>.

Par ailleurs, l'objectif de mixité des publics recherché en QPV ne semble pas être envisagé hors QPV. Nantes Métropole ne comptabilise pas le nombre d'entrepreneurs habitant en QPV qui sont accueillis dans les structures d'accompagnement situées dans le centre-ville nantais.

---

205 Des travaux de sociologues et d'urbanistes mettent en valeur l'homogénéité sociale d'entrepreneurs hébergés dans des tiers-lieux (Krauss, Tremblay, 2019 ; Ferchaud 2018 ; Lallement, 2015). Ils révèlent l'existence de clubs d'entrepreneurs qui constituent des bulles professionnelles et sociologiques, car ceux-ci recherchent le partage interindividuel d'intérêts et de compétences communes, et non l'ouverture sociale.

206 Des conseillers dénoncent aussi l'inadéquation du programme de boutiques à l'essai mis en œuvre par Nantes Métropole. Ce programme propose un local de rez-de-chaussée vacant pour une durée déterminée et à un tarif préférentiel à de nouveaux entrepreneurs qui souhaitent vendre leurs produits. Selon la coordinatrice d'Osez Entreprendre, le mode de fonctionnement de la boutique à l'essai ne répond pas aux besoins des entrepreneurs qui vivent en QPV car ses règles d'installation sont strictes et ne s'adaptent pas à leur temporalité fluctuante. En outre, le tarif reste onéreux pour des personnes sans capital financier.

Leur présence semble être impensée par les acteurs publics, comme s'ils ne représentaient pas des acteurs du développement économique intercommunal. Par exemple, l'Intercommunalité soutient le Solilab qui est un incubateur de projets d'ESS localisé sur l'Ile de Nantes. Actif depuis 2014, il accompagne chaque année 80 entreprises de l'agglomération nantaise en plus de proposer des bureaux fermés et ouverts à 200 personnes. Malgré la présence de l'Ouvre-Boite 44 dans son conseil d'administration, et malgré un portage juridique par le pôle territorial de coopération économique (PTCE) Ecosolies<sup>207</sup> qui mène en parallèle un projet de pôle d'ESS dans un QPV de Nantes Est, son accès aux entrepreneurs des QPV n'a jamais constitué un enjeu. Il s'agirait alors de favoriser la mixité sociale à l'intérieur des QPV plus qu'en dehors. Ce constat illustre un traitement inégal des espaces et de leurs habitants de la part d'acteurs publics territoriaux, qui semblent juger nécessaire que les quartiers populaires changent socialement. La mixité recherchée dans les structures d'entrepreneuriat rejoint des réflexions générales sur la mixité sociale, plus précisément dans la politique de l'habitat en QPV. Si la loi d'orientation pour la ville de 1991 évoque déjà l'objectif de « la coexistence des diverses catégories sociales » dans les quartiers, la notion de mixité sociale est apparue avec la loi relative à la solidarité et au renouvellement urbain de 2000 qui la cite à 12 reprises (Cour des Comptes, 2012). Selon la sociologue et urbaniste Christine Lelévrier, les acteurs publics de la rénovation urbaine justifient la mixité comme une réponse au problème de la ségrégation. Elle réduirait les effets de quartiers négatifs par la venue de classes moyennes qui auraient un rôle intégrateur auprès des classes populaires. Or, la chercheuse montre que les programmes de rénovation n'ont pas eu l'effet escompté. En quête d'une ascension résidentielle, les ménages les plus aisés sont partis tandis que les ménages les plus pauvres sont restés sur place (Lelévrier, 2013 ; Lelévrier, 2010). La mixité comme catégorie d'action publique apparaît donc fort discutable à l'aune de mon enquête de terrain et de travaux en recherche urbaine qui montrent ses effets contradictoires (Charmes, Bacqué, 2016) ou qui remettent en cause l'existence d'effets de quartier négatifs à résorber (Authier et al., 2006).

### 2.2.1.3 Une répartition inégale de l'offre d'accompagnement entre les QPV

En plus de révéler un traitement inégalitaire entre les quartiers prioritaires et le reste de l'intercommunalité, l'offre d'accompagnement à l'entrepreneuriat révèle un traitement inégalitaire entre les quartiers prioritaires d'une même intercommunalité. Un rapide état des lieux de la localisation des structures montre une répartition inégale entre les QPV. Ce constat

---

207 Les Ecosolies est une association créée en 2004 qui est devenu un PTCE depuis 2008. Il promeut l'entrepreneuriat en ESS en fédérant ses acteurs.

constitue un élément explicatif parmi d'autres d'une accessibilité différenciée des individus aux ressources pour entreprendre<sup>208</sup>. Présentée dans le chapitre précédent, la carte des acteurs et des lieux investis par Osez Entreprendre illustre la dichotomie est-ouest de leur localisation. Situés à l'ouest de l'intercommunalité, les QPV de Bellevue et de Nantes Nord font l'objet de programmes de rénovation urbaine qui entendent renforcer leur dynamisme économique. Des établissements de soutien à l'entrepreneuriat comme les CAQ y sont implantés. Dressé pendant un comité de pilotage en janvier 2020, le bilan d'Osez Entreprendre pour l'année 2019 expose un accompagnement inégal des entrepreneurs en fonction de leur QPV de résidence. Bellevue et Nantes Nord sont surreprésentés avec 28,8 % et 25 % du public accueilli. Le Sillon, Rezé, et Nantes Est sont sous-représentés. Les conseillers expliquent ces écarts par la taille et par le dynamisme économique variables des QPV, mais aussi par un maillage différent des acteurs institutionnels selon les quartiers. Pour éviter que l'éloignement physique de certains habitants ne limite leur accès aux ressources pour entreprendre, les conseillers organisent des actions de sensibilisation dans chaque QPV. Celles-ci nécessitent toutefois une régularité pour avoir un impact.

Le territoire de Plaine Commune est aussi concerné par la présence géographique variable des structures de l'accompagnement étendu. Comme en témoigne la carte de localisation des actions et des partenaires de la Miel présentée dans le chapitre précédent, les structures d'hébergement sont surtout situées à proximité de Paris selon une logique d'attractivité. Les QPV d'Épinay-sur-Seine, de Villetaneuse, de Pierrefitte-sur-Seine, ou encore de Stains sont moins concernés. Lors de son discours à la pendaison de crémaillère en avril 2018, le président de la Miel a justifié l'emménagement de la structure dans le centre-ville dionysien comme une réponse aux enjeux d'accessibilité intercommunale : sa meilleure desserte permettrait à l'ensemble des entrepreneurs vivant dans une ville de Plaine Commune de la rejoindre plus facilement. Pour autant, les rapports d'activité de la structure montrent des nombres d'accompagnement différents selon les villes de résidence des personnes suivies. En 2019, la Miel accompagne peu d'entrepreneurs de la Courneuve, de Villetaneuse, de Pierrefitte-sur-Seine, ou de l'Île-Saint-Denis par rapport à leur poids démographique dans l'intercommunalité. Par exemple, la Courneuve représente 10 % de la population de Plaine Commune mais 5 % des entrepreneurs accueillis à la Miel. Par ailleurs, le nombre d'entrepreneurs accueillis qui viennent de ces communes décline globalement depuis 2016, tandis que le nombre d'entrepreneurs accueillis qui viennent de Saint-Denis, de Stains, ou

208 Suivant la même logique, une étude menée en 2020 par un cabinet d'urbanisme montre en quoi le maillage différencié des structures de soutien à l'entrepreneuriat entre les QPV des rives droite et gauche de Bordeaux engendre une inégalité géographique d'accès à l'accompagnement des habitants (A'Urba, 2021).

encore d'Aubervilliers augmente. Dans un contexte où les conseillers se déplacent peu dans les quartiers, l'action intercommunale de la Miel profite aux communes plus proches et mieux desservies. En outre, ces dernières correspondent à des territoires économiquement dynamiques dans lesquels existe un portage politique fort de soutien à l'entrepreneuriat. C'est le cas de la Ville de Saint-Denis qui met à disposition des lieux qu'elle gère, et dont un élu est président de la Miel. Comme près de 80 % des individus implantent leur entreprise dans leur ville de résidence, les villes de Saint-Denis, de Saint-Ouen, et d'Aubervilliers concentrent logiquement plus de la moitié des créations d'activité accompagnées par la structure. Cette situation renforce les différences de dynamisme économique entre les QPV les plus populaires situés au nord de l'intercommunalité et ceux situés en bordure parisienne.

La politique territoriale d'accès pour tous à l'entrepreneuriat est appliquée inégalement à l'échelle intercommunale. La géographie de l'offre d'accompagnement étendu révèle des différences de traitement entre les entrepreneurs des QPV et ceux du reste de l'intercommunalité, mais aussi entre les entrepreneurs vivant dans différents QPV d'une même intercommunalité. Les structures d'accompagnement étudiées tentent d'atténuer ces inégalités d'accès.

## *2.2.2 Une ouverture socio-spatiale par la Miel et Osez Entreprendre aux effets limités*

### *2.2.2.1 Ouvrir l'accès aux ressources des structures d'hébergement*

Les entrepreneurs qui mènent des activités de petite ampleur accèdent peu aux ressources proposées par les structures d'hébergement, qui ciblent d'abord des projets à potentiel de développement et/ou innovants. Si un projet modeste nécessite moins de services que ces derniers, l'accès à un local de travail constitue un besoin partagé par tous sans être accessible à tous. Dans ce contexte, les structures étudiées aident les individus qu'elles accompagnent à accéder à un hébergement entrepreneurial. Les conseillers d'Osez Entreprendre entretiennent des relations informelles avec l'Incubateur et Coopworking, deux espaces de travail partagés dans le secteur de la restauration. Ces deux lieux reposent sur le bénévolat d'initiateurs privés qui souhaitent aider des restaurateurs qui n'ont pas les moyens de payer un local individuel à accéder à un espace de travail professionnel. Ils sont situés à proximité directe d'un QPV.

Tandis que l'Incubateur propose un matériel de cuisine assez vétuste, Coopworking propose du matériel de qualité.

*Une qualité inégale du matériel de cuisine professionnel entre les structures*



Illustration 44: Matériel à Coopworking

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2019.*



Illustration 45: Matériel à l'Autre cuisine

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2019.*

La cuisine partagée de Coopworking est divisée en plusieurs salles dont une dédiée au stockage. Elle possède plusieurs pianos de cuisson, un nombre important d'ustensiles de cuisine, une chambre froide. A l'inverse, la cuisine partagée de l'Incubateur comporte une seule pièce, que le propriétaire utilise pour garer son vélo. Les entrepreneurs doivent apporter des bonbonnes de gaz pour cuire leurs aliments, et le système d'évacuation des eaux usées est fréquemment bouché.

Selon l'une des deux gérantes également utilisatrice du lieu, Coopworking héberge jusqu'à 10 entreprises de restauration sans proposer d'animation : « chacun vient utiliser sa cuisine pour son activité et voilà, c'est tout » (janvier 2019). Chaque locataire paye un loyer mensuel de 440 euros, dispose d'une clef, et respecte le règlement intérieur édicté collectivement. L'absence d'animateur n'empêche pas les cuisiniers d'échanger et de s'aider de manière informelle, ce qui contribue à augmenter leurs opportunités économiques. L'un des enjeux des conseillers d'Osez Entreprendre consiste à permettre aux entrepreneurs qu'ils accompagnent de rejoindre Coopworking après avoir testé l'Incubateur, pour profiter de meilleures ressources. Ce déplacement spatial est aussi un déplacement social. Alors que l'Incubateur héberge surtout des étrangers qui travaillent de manière informelle, Cooworking héberge d'abord des individus diplômés en reconversion professionnelle, qui possèdent un capital culturel et social plus ou moins important. C'est ce qu'illustrent les propos de sa gérante qui décrit des restaurateurs inscrits dans les réseaux institutionnels locaux et acculturés aux enjeux du développement durable : « des gens qui sont quand même assez soucieux de la qualité de ce qu'ils proposent et puis oui, les végans [...] Du moins si ce n'est pas végétarien ou végan, c'est bio [...] [qui] bossent tous pas mal avec les entreprises du coin. Avec les mairies, les collectivités ». La gérante affirme : « on va privilégier ceux qui font de la bonne bouffe par rapport à quelqu'un qui va se fournir chez Metro ». La cuisine partagée héberge un traiteur végane, une boucherie végane, un traiteur végétarien, un cuisine traditionnelle de plats mijotés de viande, une entreprise de biscuiterie, ou encore un camion-restaurant de hot-dogs. Mais le coût financier du loyer reste un frein pour certaines entrepreneuses d'Osez Entreprendre<sup>209</sup>.

De leur côté, les conseillers de la Miel créent des passerelles entre leur structure et la Pépinière de la Courneuve. Ils y donnent des formations collectives et ils invitent leurs

---

209 Suivant la même logique, plusieurs entrepreneurs enquêtés accompagnés par la Miel ont refusé de louer un bureau ouvert à Plaine Coworking, malgré l'avis de leur conseiller, car le tarif s'élève à 295 euros par mois ou à 25 euros la journée.

différents publics<sup>210</sup> à leurs événements locaux pour qu'ils s'y rencontrent. Il s'agit de faire profiter les entrepreneurs de la Miel, moins dotés en capitaux, des ressources proposées par la structure d'hébergement qu'un de leurs conseillers gère en délégation de service public, ainsi que de l'expertise d'entrepreneurs confirmés.

### 2.2.2.2 Un élargissement spatial qui reste contraint

Lorsque le conseiller et l'entrepreneur qu'il accompagne entretiennent un suivi économique et social intense et durable, l'entrepreneur accède parfois à des opportunités qui auraient été hors d'atteinte autrement. C'est le cas d'une traiteuse de plats algérois revisités dont le parcours entrepreneurial constitue une exception.

#### *Du Sillon au festival de Laval : le saut d'échelle d'une entrepreneuse en difficulté*

Une femme algérienne d'une vingtaine d'années arrive en France en 2000, un diplôme de professeure d'État en peinture sur toile et dessin en poche. Ce diplôme n'étant pas reconnu par l'État français, elle peine à trouver une activité salariée qui lui convienne. Quatorze ans après son arrivée sur le sol français, elle s'inscrit à l'Ouvre-boîte 44 dans l'optique de créer son entreprise de plats sucrés et salés algérois. Peu habituée aux réseaux sociaux et aux codes culturels et administratifs français, l'entrepreneuse a compensé ses lacunes par un accompagnement d'une durée exceptionnelle qui a augmenté ses ressources. Pendant près de dix ans, elle a suivi les formations de la CAE et construit son projet d'activité. Après l'avoir testé trois ans au sein de l'Ouvre-Boîte 44, elle monte son entreprise en SAS et s'installe dans son camion-restaurant en 2017. Les conseillères de l'Ouvre-Boîte 44 lui ont permis d'intégrer un réseau d'acteurs économiques qu'elle ne connaissait pas avant d'être accompagnée. La mise en contact avec le Solilab lui a ouvert l'écosystème ligérien de l'ESS. Elle a commencé par vendre ses déjeuners aux coworkers de l'incubateur. Forte de son succès, elle s'est peu à peu fait un nom. En 2018, elle participe à l'Autre marché, le marché de Noël nantais qui se veut durable et solidaire. Elle intègre aussi le catalogue de prestations des acteurs de l'ESS qui est diffusé à l'échelle régionale. Son réseau social et spatial s'étend. En mars 2019, elle propose des plats pendant le festival Laval Virtual, un salon sur l'innovation et les nouvelles technologies situé à plus de 130 kilomètres de Nantes. La ténacité des conseillères et de l'entrepreneuse a rendu possible la pérennité de son projet. Par ailleurs, le soutien de son époux, l'autonomie de ses enfants, sa formation universitaire en Algérie, ou encore le capital financier de l'Arce<sup>211</sup> mis en place par Pôle Emploi sont des facteurs qui ont permis le développement « petit à petit » de son entreprise. À la fin du premier semestre 2019, les comptes de cette dernière sont stables. L'entrepreneuse espère enfin pouvoir se dégager un revenu.

Cette trajectoire entrepreneuriale est loin d'être représentative. Malgré un suivi entrepreneurial censé corriger les inégalités initiales d'accès à la création d'activité, les faibles capitaux

210 La diversité des publics accompagnés par la Miel est réduite à la Pépinière, où les femmes, les infrabaccalauréats, et les individus de plus de 40 ans disparaissent au profit d'hommes trentenaires diplômés.

211 L'Arce permet la transformation de 45 % du reliquat de l'assurance chômage en capital mobilisable pour la création d'entreprise.

économique, social, et culturel des individus accompagnés continuent de restreindre leur capacité à s'approprier les ressources pour entreprendre. Les structures sociales perpétuent les inégalités. Le statut de mère entrepreneuse est révélateur de l'influence du genre dans l'appropriation des ressources proposées par les structures d'accompagnement. Parmi les 16 mères enquêtées, 5 évoquent spontanément la réduction spatiale de leurs actions entrepreneuriales pour rester proches de l'école de leurs enfants ; 4 expliquent que leur garde limite leur présence aux événements entrepreneuriaux organisés en soirée. La traiteuse d'apéritifs africains accompagnée par Osez Entreprendre ne va pas à la MCTE car elle juge celle-ci trop éloignée de son lieu de vie où elle s'occupe de ses enfants en bas âge. Il en va de même de l'influence de la classe sociale dans l'appropriation des ressources proposées par les structures étudiées.

#### *Une appropriation spatiale manquée*

Une conseillère de l'Ouvre-boîte 44 propose à la vendeuse d'objets artisanaux marocains qui n'a pas de réseau professionnel de commercialiser ses produits dans l'espace vitrine de la coopérative. Située « en plein centre » nantais à proximité de la gare TGV, une surface de 650 m<sup>2</sup> est divisée entre les bureaux des salariés de l'Ouvre-Boîte 44, un espace de coworking pour ses entrepreneurs, un espace de commercialisation de leurs produits, et une épicerie coopérative gérée par un restaurateur local réputé. D'après la conseillère, ce lieu doit « créer une vraie dynamique » en faisant office de « vitrine » pour les entrepreneurs accompagnés (octobre 2018). La vendeuse d'objets décoratifs marocains y expose ses produits de 17 heures à 19 heures plusieurs jeudis des mois d'avril et de mai 2019, à côté de deux autres entrepreneurs. Elle en garde un souvenir amer qu'elle me relate lors de notre second entretien. Le lieu est situé loin de chez elle, ce qui nécessite des efforts logistiques pour le transport des produits lourds et pour la publicité. En outre, il coûte 10 euros à chaque session. Pour l'entrepreneuse, l'expérience se révèle contre-productive : « Oui, les Bains-Douches, oui, ils me font rire avec les Bains-Douches. J'ai essayé d'y aller [...] Tous les jeudis, je remplissais ma voiture, je ramenaient les marchandises pour faire des portes ouvertes, pour que les gens viennent. Au centre-ville, là où il y a les Bains-Douches. Il n'y avait personne [...] J'ai payé 30 euros alors que je n'ai rien vendu [...] C'est à toi d'aller poser les affiches. C'est à toi d'aller chercher les clients. Mais il n'y avait personne. Je n'ai eu personne » (octobre 2019). La récente ouverture du lieu et le manque de compétences de l'entrepreneuse en vente et en communication ont transformé l'opportunité en désastre. Exprimant un sentiment d'abandon, perdant une confiance en elle déjà faible, fatiguée par une activité infructueuse, la vendeuse a décidé d'arrêter son projet d'entreprise. Malgré l'offre de sa conseillère et ses efforts de déplacement, elle n'a pas réussi à dépasser les obstacles afférant à son moindre capital scolaire, social, et financier pour s'approprier le lieu de vente. Aux obstacles matériels topographiques et logistiques s'ajoutent les obstacles de démarchage et de sociabilisation qui ont eu raison de l'énergie de l'entrepreneuse. Malheureusement, je ne sais pas comment s'est déroulée l'expérience de commercialisation pour les autres entrepreneurs qui ont exposé dans ce lieu.

### 2.2.2.3 Une ouverture sociale réduite

Bien que des conseillers facilitent l'accès des entrepreneurs à des structures d'accompagnement étendu pour qu'ils puissent profiter de l'expérience d'entrepreneurs confirmés et/ou au profil différent, la fragmentation sociale perdure. La mise en relation de publics hétérogènes se révèle difficile. Pour les conseillères de l'Ouvre-Boîte 44, leur participation au dispositif Osez Entreprendre vise à procurer les ressources de leur CAE à un public socialement plus varié. Si la première CAE<sup>212</sup> s'adressait aux personnes en situation socio-économique précaire pour leur offrir une sécurité par rapport à l'instabilité du statut d'entrepreneur<sup>213</sup>, celles rencontrées dans les intercommunalités étudiées suivent des personnes moins fragiles socialement. Hors d'Osez Entreprendre, les entrepreneurs accompagnés par l'Ouvre-boîte 44 sont généralement français, d'une quarantaine d'années, issus des classes moyennes et supérieures, diplômés de master. En reconversion professionnelle, ils détiennent un fort capital social et culturel et ils sont acculturés aux valeurs du développement durable. Ils viennent spontanément en CAE alors que ce type de structure reste souvent inconnu du grand public. L'une des conseillères de l'Ouvre-boîte 44 justifie l'absence de formation collective spécifique à Osez Entreprendre pour favoriser la mixité dans les formations de la CAE : « on tient fortement à ce qu'ils soient au milieu de tout le monde et qu'on participe un petit peu à de la mixité sociale. [...] Mais je sais que, parfois, ça peut être assez compliqué pour eux. Et je pense que même si c'est compliqué, c'est nécessaire, pour justement, commencer à créer de la mixité sociale. C'est hyper important. Je pense que c'est l'un des enjeux dans les QPV, très globalement. Donc si on peut y répondre au moins sur cette partie-là, c'est déjà ça » (octobre 2018). Malgré le soin accordé à bâtir une communauté diversifiée d'entrepreneurs, la distance sociale entre les entrepreneurs de la CAE et les entrepreneurs d'Osez Entreprendre complique parfois leurs interactions. Plusieurs femmes enquêtées ont fait part de leur difficulté à s'intégrer au groupe car elles ne s'y sentent pas légitimes. C'est le cas de la vendeuse d'objets décoratifs marocains et de l'organisatrice de mariages multiethniques. La proximité spatiale apportée par les formations collectives ne réduit pas la distance sociale entre les différents publics d'entrepreneurs.

Même dans les structures d'accompagnement où coexistent des profils entrepreneuriaux

---

212 La première CAE est née à Lyon en 1995 sous le nom de Cap Service. Elle a été créée par des travailleurs sociaux pour permettre aux chômeurs de longue durée de tester une activité individuelle dans un cadre collectif.

213 Le salaire d'un entrepreneur-salarié est constitué du résultat dégagé par son activité et d'un fonds stable redistribué par la CAE. En outre, la CAE réduit le risque d'endettement de l'entrepreneur en cas de cessation d'activité grâce à une solidarité financière. Enfin, le statut d'entrepreneur-salarié offre de meilleurs droits à la retraite, à l'assurance maladie, et contre les accidents du travail que le statut d'indépendant.

variés, des groupes socialement homogènes se construisent spontanément. A la Miel, un collectif informel d'entrepreneurs composé d'une dizaine de personnes s'est constitué. Il regroupe des individus aux caractéristiques similaires : ce sont principalement des femmes, entre 30 et 45 ans, françaises, diplômées de master, en reconversion professionnelle, jeunes mères, soutenues par leur conjoint, qui intègrent des valeurs sociales et/ou environnementales dans leur projet économique, qui utilisent les réseaux sociaux par pragmatisme, et qui habitent ou ont habité à Saint-Denis. Elles discutent régulièrement de leur parcours entrepreneurial sur un groupe What's App dédié et elles s'informent des formations auxquelles elles participent. Elles se retrouvent parfois autour d'un café à la coopérative Pointcarré, située au rez-de-chaussée de la Miel. La décoration moderne et bohème, ainsi que les déjeuners végans qui y sont vendus, semblent correspondre à leurs attentes, alors que la majorité des entrepreneurs enquêtés ne connaît pas ce lieu. La créatrice de la plateforme numérique de vente d'objets ethniques, le créateur de l'agence de voyages en ligne, une masseuse, la traiteuse de plats d'influence méditerranéenne, ou encore la prestatrice de chorales d'entreprise font partie de ce collectif.

Même si la proximité spatiale ne débouche pas forcément sur des processus de sociabilisation, l'absence d'espace collectif propre à la Miel et à Osez Entreprendre entretient la fragmentation sociale en limitant les possibilités de rencontre entre les différents profils d'entrepreneurs qu'elles accompagnent. La surface limitée du bâtiment de la Miel empêche la création d'un espace partagé. Au premier étage se trouvent le bureau fermé de la direction, les bureaux ouverts de la réception et des conseillers, ainsi que des espaces cloisonnés d'environ 5 m<sup>2</sup> dédiés aux entretiens individuels. Le deuxième étage est divisé entre les ateliers de Pointcarré et une salle d'environ 15 m<sup>2</sup> où sont organisées les formations collectives. Remplie d'affaires entreposées par la coopérative, son exigüité permet seulement d'installer une table entourée d'une dizaine de chaises. Lorsqu'elle est vacante, la salle est mise à disposition des entrepreneurs accompagnés. Toutefois, son aménagement sommaire peu convivial, son inconfort thermique lié à sa localisation sous les toits et à la petitesse de sa fenêtre, et sa réservation obligatoire sur un créneau horaire limité entre 9 heures et 18 heures sont autant de facteurs qui restreignent son utilisation. Les entrepreneurs enquêtés considèrent qu'ils n'ont pas d'accès à un espace collectif. Durant les entretiens, plusieurs d'entre eux regrettent le manque d'exploitation du potentiel sociabilisateur de la Miel dont ils tirent peu profit. Pour parer l'absence d'un espace physique partagé, la prestatrice de chorales d'entreprise a proposé

aux conseillers de créer un annuaire des entrepreneurs de la Miel.

Le choix des conseillers d'Osez Entreprendre d'alterner leur présence entre les différentes maisons de l'emploi pour éviter une répartition inégale de leur offre entre les QPV de l'intercommunalité les conduit à ne pas avoir un lieu collectif propre. Dans ce cadre, les entrepreneurs qu'ils accompagnent ne se rencontrent pas. Lorsque je leur demande s'ils connaissent d'autres personnes suivies par Osez Entreprendre, leur réponse est généralement négative. Seuls les entrepreneurs qui ont témoigné à des événements sont parfois connus.

## **Conclusion**

Ce cinquième chapitre a précisé le contexte intercommunal dans lequel s'inscrivent la Miel et Osez Entreprendre pour comprendre ses conséquences sur les objectifs et les types d'accompagnement proposés dans les territoires d'étude.

La politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV est portée par une double finalité tendue entre l'insertion socio-professionnelle et le développement économique, ce qui conduit à la mise en œuvre de stratégies intercommunales différentes et à l'existence de structures d'accompagnement variées. Les Intercommunalités orientent la géographie de ces structures en construisant un collectif local d'acteurs dédié à l'accompagnement entrepreneurial, ce qui n'empêche pas l'arrivée de nouveaux acteurs. Ces derniers s'inscrivent dans une approche plus économique. La diversité des structures présentes procure des types d'accompagnement qui s'adressent à des profils entrepreneuriaux différents. Elle révèle toutefois des inégalités spatiales et sociales d'accès aux ressources entrepreneuriales, car les structures n'offrent pas les mêmes opportunités économiques. Malgré l'action des conseillers qui vise à corriger ces inégalités, la fragmentation spatiale et sociale perdure au profit des entrepreneurs les mieux dotés initialement en capitaux.

## CONCLUSION DE PARTIE

La deuxième partie a examiné des mises en œuvre locales de l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV en interrogeant le principe d'un droit pour tous à entreprendre.

Ouvertes au plus grand nombre, les structures étudiées accompagnent des profils entrepreneuriaux variés qui sont toutefois caractérisés par la modestie commune de leur activité, liée à des situations sociales et/ou économiques qui les infériorisent. Les conseillers s'adaptent à leurs différences et au contexte précaire en leur procurant surtout des compétences de base, un carnet d'adresses institutionnelles, et une confiance en soi pour qu'ils s'acculturent et intègrent le monde entrepreneurial formel. L'appropriation des ressources proposées par les structures varie cependant entre les entrepreneurs, en fonction de leurs trajectoires et de leurs capitaux personnels. En outre, les individus n'ont pas accès à toutes les ressources entrepreneuriales, selon que les structures d'accompagnement ciblent des objectifs d'insertion socio-professionnelle ou de développement économique. Bien qu'elles tentent de corriger ces inégalités spatiales et sociales, les structures étudiées ne suppriment pas les écarts entre les personnes les plus modestes et les personnes les plus dotées initialement en capitaux.

Mise en lumière dans la deuxième partie, la diversité des profils et des expériences entrepreneuriales invite à appréhender le caractère pluriel, car personnel, de la démarche entrepreneuriale en étudiant ce que celle-ci produit en termes d'*empowerment* chez les individus qui entreprennent.

**PARTIE III : UNE  
RECONNAISSANCE PARTIELLE  
DES EXPERIENCES  
ENTREPRENEURIALES**



Tandis que la deuxième partie de la thèse analyse des mises en œuvre locales de la politique de soutien à la création et au développement d'activité en QPV, la troisième partie étudie en quoi la démarche entrepreneuriale affecte le parcours de vie et le rapport à la société d'individus accompagnés. Plus précisément, il s'agit de comprendre ce qui les incite à entreprendre et ce que cet acte d'entreprendre produit sur eux en interrogeant l'existence d'un processus d'*empowerment*<sup>214</sup>. J'utilise cette notion comme une clef de lecture, bien qu'elle ne soit pas utilisée en tant que telle par les acteurs enquêtés qui parlent plutôt d'autonomie, de compétences, de confiance, ou encore de capacité d'action. Alors que la démarche entrepreneuriale est présentée selon les contextes et selon les acteurs comme un acte de liberté ou comme un acte contraint, il s'agit d'interroger l'entrepreneuriat comme démarche d'*empowerment* ou d'intériorisation de la rationalité néolibérale chez les personnes rencontrées. En mobilisant la littérature consacrée à ce sujet<sup>215</sup> pour l'alimenter en retour, j'appréhende en quoi la démarche de création d'entreprises favoriserait leur autonomie et sous quelles formes.

Quelques travaux en entrepreneuriat appréhendent la relation entre l'entrepreneuriat et l'*empowerment*. Rindova Violina, Barry Daved et Ketchen David rapprochent la notion d'entrepreneuriat qui repose sur un désir d'indépendance à la notion d'émancipation définie comme l'acte de se libérer du pouvoir des autres pour agir de manière autonome et participer à l'amélioration de la société dans un article intitulé « Entrepreneurship as emancipation » publié dans la revue *Academy of Management Review* en 2009. Les auteurs interrogent l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat constitue une activité de changement social qui modifie les rapports de pouvoir dans la société. En croisant les niveaux macro et micro, ils concluent que la démarche entrepreneuriale possède un potentiel émancipateur bien que la littérature scientifique établisse encore un lien ténu entre l'émancipation et l'entrepreneuriat, ce dernier étant considéré comme une activité économique qui peut transformer des domaines de la société davantage qu'une activité de transformation sociale en tant que telle (Rindova et al., 2009). Dans la même veine, quatre auteurs questionnent le discours dual qui présente l'entrepreneuriat comme un acte de liberté et un acte d'oppression dans un article intitulé « Emancipation and/or oppression? Conceptualizing dimensions of criticality in entrepreneurship studies » publié en 2014 dans la revue *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. En reprenant des travaux universitaires qui

---

214 Pour rappel, l'*empowerment* désigne un processus qui renforce la capacité effective d'agir d'individus et de groupes. Selon l'approche radicale que je mobilise dans cette partie, il s'inscrit dans une logique de transformation sociale et politique.

215 Le premier chapitre expose les débats majeurs relatifs à la définition de l'*empowerment*.

abordent le sujet, Karen Verduijn, Pascal Deyn, Deirdre Tedmanson et Caroline Essers établissent quatre types de relation entre l'entrepreneuriat et l'émancipation : une vision utopiste où l'entrepreneuriat est considéré comme une activité nécessairement émancipatrice à l'échelle de la société, une vision hétérotopique où l'émancipation par l'entrepreneuriat ne prend forme qu'à l'échelle individuelle à travers des cas précis, une vision dystopique où l'entrepreneuriat est considéré comme une activité oppressive perpétuant les rapports sociaux de domination, et une vision paratopique où l'entrepreneuriat prend la forme de micromanifestations d'oppression et d'exploitation entre les individus. Les auteurs concluent que : « l'entrepreneuriat est un phénomène à deux têtes, comprenant l'émancipation et l'oppression qui sont des forces en relation de tension constante »<sup>216</sup> (Verduijn et al., 2014, p.100). Des études de cas menées antérieurement consolident leur propos. Caroline Essers et Karen Verduijn ont examiné des histoires d'entrepreneuses migrantes qui vivent aux Pays-Bas en interrogeant la réalité des discours institutionnels nationaux qui présentent l'entrepreneuriat comme un moyen d'augmenter le pouvoir de ces femmes. En fondant leur analyse sur des entretiens menés auprès d'entrepreneuses marocaines et turques et auprès d'acteurs institutionnels qui mettent en œuvre la politique publique de soutien à l'entrepreneuriat aux Pays-Bas, les autrices concluent que les entrepreneuses sont contraintes d'assimiler les codes entrepreneuriaux dominants pour être considérées comme telles. Pour autant, elle s'adaptent de façon personnelle et créative à ces contraintes, augmentant finalement leur autonomie (Verduijn, Essers, 2013).

Pour comprendre les effets de la politique publique française sur les personnes qui entreprennent en QPV, la troisième partie de la thèse mobilise une approche « par le bas » qui est centrée principalement sur le parcours des entrepreneurs suivis par les structures d'accompagnement étudiées. Cette démarche inductive permet de préciser leurs représentations et leurs pratiques en s'inscrivant dans les *critical entrepreneurship studies* qui examinent les « pratiques ordinaires qui jalonnent le parcours entrepreneurial » en privilégiant les « récits multiples, variés et contradictoires qui ne font que refléter la réalité indéterminée de la pratique entrepreneuriale » (Germain, 2020, p.13). Elle révèle l'enchevêtrement des aspects économiques et sociaux ainsi que professionnels et personnels dans les expériences entrepreneuriales des personnes enquêtées. Ces expériences questionnent plus globalement les transformations économiques et sociales à l'œuvre dans le monde du travail et dans la société.

La troisième partie est composée de trois chapitres qui interrogent chacun le processus

---

216 La citation est une traduction de l'anglais : « we conceive of entrepreneurship as a two-headed phenomenon, comprizing emancipation and oppression as forces which stand in a relationship of constant tension ».

d'*empowerment* des entrepreneurs rencontrés à travers une thématique qui est apparue pendant l'analyse des matériaux. Le chapitre 6 étudie l'appropriation de leur identité entrepreneuriale. Le chapitre 7 appréhende quant à lui l'appropriation de leurs pratiques de travail. Enfin, le chapitre 8 s'intéresse à leur visibilité urbaine.



# CHAPITRE 6 : UN *EMPOWERMENT* DE L'ENTREPRENEUR EN POINTILLÉ

Alors que l'entrepreneuriat est communément présenté comme un acte d'ascension sociale tout en étant le support de discriminations multiples, le chapitre 6 questionne la reconnaissance de soi et l'augmentation des capacités d'action des individus dans leur démarche entrepreneuriale.

Il s'agit d'interroger l'entrepreneuriat comme processus de légitimité à travers les motivations des personnes enquêtées et les effets qu'il produit. Il s'agit aussi de déterminer si la reconnaissance individuelle conduit à une reconnaissance collective et politique en mobilisant une approche radicale de *l'empowerment*.

La première section étudie la mise en valeur de soi des individus dans leur démarche entrepreneuriale selon un processus d'*empowerment*. La deuxième section regarde si cette valorisation personnelle mène à des formes collectives de transformation sociale.

## 1 Une reconnaissance de l'individualité entre *empowerment* et standardisation

### 1.1 Une autonomie qui mêle l'indépendance et la responsabilisation

#### 1.1.1 *L'autonomie au cœur de la démarche entrepreneuriale*

##### 1.1.1.1 Des individus qui entreprennent pour être indépendants

L'aspiration principale qui conduit les individus rencontrés à entreprendre est l'indépendance. Les entrepreneurs enquêtés utilisent de manière équivalente les termes d'« indépendance », de « liberté », et d'« autonomie » pour caractériser la liberté que confère le statut d'entrepreneur

vis-à-vis d'un patron qui imposerait des tâches et des horaires. Il s'agit d'« avoir [s]es propres règles »<sup>217</sup> en décidant son emploi du temps, ses stratégies, ses actions. Parmi les 27 entrepreneurs accompagnés enquêtés, 15 évoquent un rapport libéré au travail lorsque je les questionne sur leurs motivations. Ce sentiment de liberté est produit par une impression d'indépendance liée à l'absence de patron. Cette situation leur donne la sensation d'agir de manière autonome. Ils se considèrent maîtres de leur travail car ils ne sont plus subordonnés à une hiérarchie qui choisit à leur place. Les propos de la gérante d'un salon d'esthétique accompagnée par Osez Entreprendre exprime la posture générale des personnes rencontrées qui assimilent l'entrepreneuriat à l'indépendance d'action.

*« J'ai toujours voulu être indépendante » (novembre 2018)*

Lorsque je lui demande ce que signifie être entrepreneur, la gérante du salon d'esthétique accompagnée par Osez Entreprendre me répond : « Alors, être entrepreneur, c'est quelque chose que je ne me suis jamais vraiment posée [comme question], mais, pour moi, c'est déjà être indépendante. [...] Mon projet de salon, je pense que je l'ai depuis très longtemps. Ce n'était pas forcément dans l'esthétique. Je savais que je voulais faire de l'esthétique. Mais moi, être indépendante, travailler pour moi, c'est un projet qui date. Même quand j'étais encore au Cameroun, j'avais déjà ce projet-là, cette envie-là de travailler pour moi. Et puis, donc, quand je suis arrivée en France, j'ai fait une formation au bout de quelques années. En esthétique. Et en allant faire cette formation en esthétique, c'était travailler pour moi ». Elle définit l'indépendance comme le fait d'« avoir le contrôle dans ce que je fais » en pouvant « venir à mon travail quand j'en ai envie » et que « personne ne va me taper sur les doigts, si je préfère finir tard et commencer tard ».

Ce résultat rejoint les études réalisées par des acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat. Les rapports de la BPI, de l'Adie, ou encore de l'Adive<sup>218</sup> affirment que la quête de liberté constitue la principale motivation des entrepreneurs en QPV. Il s'agit d'abord d'« être son propre patron » (Opinion Way, Adive, 2010). Faisant contrepoids à la généralisation du salariat, cette aspiration partagée est renforcée par les discours d'acteurs politiques et de médias grand public qui présentent l'entrepreneuriat comme un acte de libération. Toutefois, les entrepreneurs enquêtés ont conscience des limites de cette liberté idéalisée. C'est le cas de la gérante du salon d'esthétique. Lucide quant au sens à donner à l'indépendance, elle précise qu'« être indépendante voulait dire ne pas forcément avoir des comptes à rendre. Certes, on n'a pas de comptes à rendre mais, quelque part, on a quand même des comptes à rendre [...] si j'ai déjà des rendez-vous, il faut que j'arrive à les honorer. Donc quelque part, si je veux que ça fonctionne, il faut que j'arrive à tenir à ma parole. Là, ça ne dépend pas forcément de moi

217 Cette expression a été employée par l'organisatrice de mariages multiethniques (octobre 2018). Elle représente une motivation partagée par les entrepreneurs enquêtés.

218 L'ensemble de ces rapports a été présenté dans le troisième chapitre.

mais plutôt des autres. Voilà. C'est un peu dans ce sens-là ». Cette précision révèle une réflexion personnelle vis-à-vis du discours commun de l'entrepreneuriat comme forme de liberté. Même limitée, celle-ci est souhaitée par les entrepreneurs car elle semble leur offrir une prise de pouvoir sur leurs décisions et actions professionnelles.

### 1.1.1.2 Un accompagnement pour apporter des compétences extra-économiques

Les conseillers des structures d'accompagnement étudiées utilisent aussi la notion d'indépendance pour caractériser l'entrepreneuriat. A la différence des personnes qu'ils suivent, ils valorisent le processus d'indépendance davantage que l'indépendance en elle-même. Tandis que les entrepreneurs évoquent d'abord l'absence de subordination salariale, l'ensemble des conseillers met l'accent sur l'acquisition de compétences qui favorisent l'autonomie d'action. Il s'agit d'être capable de faire par soi-même. L'accompagnement augmente cette autonomie comme le rappelle une conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 qui définit sa fonction comme : l'« accultur[ation] progressiv[e] à tout ce qu'il faut connaître pour être autonome dans son activité » (janvier 2018). Comme l'a montré le quatrième chapitre, les connaissances théoriques, leur mise en pratique, et la réflexivité constituent le trio de l'autonomisation par l'accompagnement à la création d'activité. Cette autonomisation est d'ordre extra-économique. La prise de parole en public, la capacité de synthèse, la gestion du temps, la hiérarchisation des tâches, ou encore la consolidation du carnet d'adresses sont autant de compétences jugées utiles en dehors de la création d'entreprise par l'ensemble des conseillers enquêtés. Il s'agit d'améliorer la vie quotidienne professionnelle et personnelle de l'individu accompagné en l'incitant à prendre une posture dynamique. Une autre conseillère de l'Ouvre-boîte 44 déclare en entretien : « Le fait de mettre des moyens à disposition pour les accompagner dans ce cadre-là les font aller dans une dynamique. Et peut-être de manière plus volontaire que si on les rentre dans une dynamique de recherche d'emploi. Parce que là, il y a vraiment aussi une autonomie. Finalement, les gens sont obligés aussi de se prendre en main, de bouger pour avancer, même s'ils sont accompagnés » (août 2018).

La position des conseillers rencontrés qui considèrent que l'accompagnement vise avant tout à accroître les compétences extra-économiques des personnes rejoint celle de chercheurs en entrepreneuriat qui étudient ce processus. Certains défendent l'idée que le soutien à l'entrepreneuriat est censé apporter une autonomisation individuelle qui dépasse le cadre de la création d'entreprise. En se centrant sur le cas des TPE, Mohamed Bayad, Marie Gallais,

Xavier Marlin et Christophe Schmitt estiment qu'un accompagnement pertinent est un accompagnement qui permet à l'individu de travailler son projet existentiel. L'action du conseiller doit permettre à la personne accompagnée « d'accroître, d'une part, sa réflexivité et son comportement dans l'action, et d'autre part, son autonomie dans sa relation au monde » (Bayad et al., 2010, p.137). Ainsi, une vision pédagogique du soutien à la création et au développement d'activité est entretenue par des praticiens et des universitaires. L'accompagnement à l'entrepreneuriat ne vise pas seulement à devenir entrepreneur dans le sens de créateur effectif d'une activité économique. Il s'agit aussi de s'entreprendre dans le sens d'être dynamique à chaque moment de sa vie.

Si l'accompagnement proposé par les structures étudiées a pour but d'autonomiser les personnes qu'elles suivent, celles-ci doivent néanmoins être un minimum autonomes pour se faire accompagner. Les conseillers rencontrés distinguent spontanément leur accompagnement d'une forme d'assistantat. Ils s'opposent à la figure passive de l'assisté en affirmant qu'ils ne font pas à la place de l'entrepreneur mais avec lui. Cette distinction les conduit à soutenir des individus qui sont déjà motivés et prêts à s'investir comme l'illustrent les propos d'un conseiller de la Miel: « On essaye de voir, quand on accompagne les gens, qu'on les reçoit une première fois, on essaye de voir aussi si les gens sont autonomes, s'ils vont chercher les informations d'eux-mêmes » (avril 2018). En même temps, les conseillers d'Osez Entreprendre déclarent que les entrepreneurs des QPV sont généralement moins autonomes que les entrepreneurs qu'ils accompagnent en dehors du dispositif car ils possèdent moins de compétences entrepreneuriales préalables. Le soutien à la création d'activité en QPV vise à mobiliser des habitants qui sont peu acculturés à l'entrepreneuriat mais qui sont dynamiques dans l'objectif de renforcer ce dynamisme et leur capacité d'action en augmentant leurs compétences générales.

S'inscrivant dans la rhétorique commune qui présente la démarche entrepreneuriale comme un acte de liberté, l'autonomie est au cœur des motivations des conseillers et des entrepreneurs rencontrés bien qu'ils la définissent différemment. Les premiers la désignent comme la capacité à agir seul tandis que les seconds la désignent comme l'indépendance vis-à-vis d'une hiérarchie. Ces constats me permettent d'interpréter l'entrepreneuriat comme une forme d'*empowerment* qui augmente les capacités d'action des personnes. Il convient maintenant d'étudier plus en détails les intentions et les effets d'une telle relation.

## 1.1.2 Une responsabilisation en double teinte

### 1.1.2.1 L'anthropreneuriat

Vécue comme un progrès personnel par les entrepreneurs enquêtés, la notion d'autonomie questionne des chercheurs de sociologie et de philosophie qui étudient les transformations du monde du travail. Plusieurs d'entre eux parlent d'avènement de la rationalité néolibérale entendue comme l'extension des valeurs du marché à toutes les sphères et les institutions de la société (Boltanski, Chiapello, 2011 ; Brown, 2004). Dans ce contexte, chaque individu devient une compétence valorisable économiquement qu'il s'agit d'améliorer continuellement en maintenant une posture dynamique et en multipliant les projets. L'individu se transforme en entrepreneur de lui-même pour rester compétitif et employable sur le marché du travail. En analysant l'évolution des stratégies managériales des entreprises, la sociologue Danièle Linhart parle d'individu anthropreneur pour souligner que ces dernières valorisent dorénavant davantage les qualités humaines que les qualités professionnelles (Linhart, 2015). Les résultats présentés ci-dessus rejoignent ces analyses en montrant que la politique de soutien à la création et au développement d'activité incite les individus à s'impliquer personnellement dans leur projet économique en les invitant à être réflexifs et actifs. Les compétences professionnelles apportées par l'accompagnement ne sont pas seulement fondées sur le savoir-faire mais sur l'ensemble des caractéristiques humaines affiliées au savoir-être. Par exemple, la Miel et Osez Entreprendre proposent des formations pour consolider sa posture individuelle d'entrepreneur durant lesquelles les intervenants invitent les personnes à se mettre en scène pour vendre leurs produits. La valeur de l'être humain se mesure alors à la valeur de son capital humain et la viabilité de son projet économique dépend de ses ressources personnelles. Bien que les entrepreneurs rencontrés se montrent parfois circonspects face à la demande qui leur est faite de s'exposer personnellement pour développer leur activité, ils jouent généralement le jeu. Le *personal branding* est une parfaite illustration de la marchandisation de soi et de la mise en scène de son authenticité. Il s'agit de déployer une stratégie de communication fondée sur son identité personnelle et professionnelle pour se démarquer des concurrents et promouvoir son activité. L'individu met en valeur son expérience entrepreneuriale à travers un processus narratif performatif. C'est ce que propose le mentor à la vendeuse de storytelling pour des fabricants du secteur de la maison qui souhaite créer sa propre marque : il lui conseille de prendre son propre nom pour nommer sa nouvelle activité. Si l'entrepreneuse se montre d'abord réticente à la proposition car elle « peut vivre dans

l'ombre toute ma vie » (février 2019), elle finit par l'appliquer. Les sentiments duaux vécus par un autre entrepreneur accompagné par la Miel, qui oscille entre la méfiance et l'admiration vis-à-vis de l'implication de soi demandée par les formateurs, illustrent aussi ce constat.

« *Après, j'ai fait aussi l'analyse de soi-même* » (décembre 2018)

Sur le chemin conduisant au Mc Donald où nous attend son associé, un entrepreneur congolais de 50 ans qui veut ouvrir des boutiques multiservices destinées aux expatriés africains me raconte l'une des formations collectives de la Miel qu'il a suivie. Celle-ci s'intitule « profil de l'entrepreneur » et a pour objectif d'« avoir une meilleure connaissance de soi et des autres. Avoir une plus grande confiance en soi. Acquérir une plus grande efficacité et flexibilité dans les situations professionnelles. Utiliser les techniques d'observation pour identifier les comportements efficaces avec les autres ». En mobilisant des méthodes de psychologie, elle vise à consolider le savoir-être de l'entrepreneur pour développer sa sociabilité et sa rentabilité. En somme, à en faire un anthropreneur en travaillant sur ses affects et sur sa subjectivité pour modifier son rapport au travail. L'entrepreneur me détaille le déroulé de la formation. En amont, les participants répondent à un test de personnalité en ligne qui a été envoyé par la formatrice : « C'est des trucs, vraiment, il y a des questions... Tu dois classer les réponses par ordre. Mais des fois, des questions, tu te dis : « C'est nul. C'est ridicule ». Mais bon. Tu fais le jeu, tac tac tac ». Pendant la formation, les participants se présentent à tour de rôle et chacun s'accorde une couleur : rouge pour « les gens qui sont à fond, qui décident, autoritaires un peu », bleu pour « les gens qui sont méthodiques, ordonnés », jaune pour « des gens un peu speed, c'est plus le côté commercial, les gens qui aiment le contact », et vert pour « les mecs plutôt calmes, détendus ». Les résultats sont affichés au tableau : « Alors moi, j'ai jaune, jaune, jaune, jaune, jaune, jaune [il rigole]. Jaune partout. Les gens qui m'ont à peine vu » car il est arrivé en retard. La formatrice distribue les résultats du questionnaire en ligne : jaune également. Ce jeu des couleurs les perturbe tous : « C'est un truc super troublant [...] C'est impressionnant. Le truc, il est impressionnant. [...] Il y avait un autre, là, un black, il a cru que c'était carrément un truc de vaudou. Parce qu'après, on te donne un récap de ce que c'est, le jaune. On te dit : « Vous êtes comme ça, comme ci. Vous aimez ça, ça, ça ». Et tu es là : « Mais c'est moi ! » [il rigole]. Franchement, c'est impressionnant. C'est un truc américain. Tu vois le résultat, tu es assez bluffé ». Malgré ses a priori négatifs à exposer des détails personnels dans le questionnaire en ligne, l'entrepreneur s'est pris au jeu. La formation lui a montré en quoi ses valeurs humaines influencent le développement de son entreprise.

Les chercheurs de philosophie et de sociologie qui affirment la montée en puissance de l'anthropreneuriat l'articulent à un objectif implicite de responsabilisation individuelle. Prônée par les institutions, l'autonomie se transforme en injonction. L'augmentation des compétences personnelles vise alors moins un pouvoir d'agir qu'un devoir d'agir. L'incitation à l'autonomie conduit les individus à devenir responsables de leur situation et à culpabiliser en cas d'échec car leur destin ne repose plus sur les structures sociales dans lesquelles ils se meuvent mais sur leurs capacités personnelles à s'en sortir. La création d'entreprise souscrit à cette vision en ce qu'elle offre l'image d'un avenir professionnel sur lequel les entrepreneurs ont la main. En

cas d'insuccès de leur projet économique, ceux-ci se sentent coupables comme l'ont révélé les postures de la vendeuse d'objets de décoration marocains et de la créatrice d'une plateforme numérique de produits ethniques détaillés dans le troisième chapitre. Le discours politique sur l'égalité des chances qui serait rendue possible grâce aux mesures de soutien à la création d'activité semble participer à la transformation des politiques de lutte contre les inégalités en politiques de lutte contre l'exclusion par l'initiative individuelle. La politique d'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV serait un moyen d'inciter les personnes en situation précaire à devenir entrepreneuses pour intégrer par elles-mêmes le monde économique formel. Cette hypothèse s'inscrit dans un contexte mondial dans lequel les organismes internationaux tels que la Banque Mondiale encouragent l'entrepreneuriat comme forme de lutte contre l'exclusion car il autonomiserait les personnes pauvres des pays en voie de développement en augmentant leurs ressources (Narayan, 2004). La politique d'aide à la création d'entreprise renforcerait leur capacité d'action individuelle, notamment par l'octroi de microcrédits<sup>219</sup>. Ces derniers ne sont pas l'apanage des pays dits en voie de développement. Ils existent aussi dans les terrains d'enquête à travers les actions de l'Adie.

Toutefois, les résultats d'enquête nuancent l'hypothèse selon laquelle la politique publique de soutien au micro-entrepreneuriat est « la clé d'une politique sociale misant sur l'initiative individuelle » (Abdelnour, 2013). Malgré un contexte politique et économique global en faveur de la responsabilisation individuelle, les conseillers qui travaillent quotidiennement auprès des entrepreneurs qui vivent en QPV cherchent moins à les responsabiliser qu'à les aider à s'épanouir professionnellement et personnellement en leur procurant des ressources pour augmenter leur capacité d'action.

### 1.1.2.2 Une envie des entrepreneurs

Bien que la généralisation et l'intégration des valeurs de la rationalité néolibérale et de la responsabilisation individuelle se concrétisent dans les terrains d'étude, ces valeurs sont interprétées et négociées par les personnes rencontrées de telle sorte qu'elles ne produisent pas seulement de l'assujettissement. D'abord, les structures étudiées n'abandonnent pas les entrepreneurs à leur sort. Les conseillers sont conscients qu'il existe des obstacles socio-économiques difficiles voire impossibles à supprimer. Ils aident les entrepreneurs à les réduire

---

219 Des socio-économistes étudient les effets limités de la microfinance en termes d'*empowerment*, comme Isabelle Guérin et Jane Palier qui demandent si « la révolution silencieuse » aura lieu (Guérin, Palier, 2006).

dans la mesure de leurs capacités individuelles. Ensuite, la politique de soutien à l'entrepreneuriat en QPV ne concerne pas uniquement des personnes exclues du monde économique formel qu'il s'agit d'intégrer. Des entrepreneurs enquêtés ont choisi de quitter leur poste de salarié en CDI pour créer leur entreprise. Par ailleurs, ceux qui sont contraints professionnellement ont cité d'autres motivations à entreprendre que leur situation économique précaire. L'une d'entre elles est revenue fréquemment en entretien : l'enjeu de se légitimer en tant qu'individu en se dégageant des discriminations dont on fait l'objet. Le discours commun qui prône la volonté et l'autonomie individuelles dans le travail est réapproprié pour s'extraire d'identités assignées qui sont dévalorisantes. En devenant entrepreneur, il s'agit de prouver à soi-même, mais aussi à son entourage et à la société, qu'on se définit autrement que négativement. C'est le cas pour la traiteuse de plats gourmets africains qui a été présentée dans le troisième chapitre.

*« Je voulais montrer que quand tu veux, tu peux » (septembre 2019)*

En énumérant ses tentatives pour rendre sa fille adolescente plus active, la traiteuse suivie par la Miel revient sur ses motivations à entreprendre : « Et ça, c'est le truc que j'aimerais bien lui faire comprendre. Si tu veux que ta vie soit belle, il faut que, toi, tu te donnes envie. Il faut que tu te dises : « Ouais, je vais avoir une belle vie, quoi. Je veux me battre pour, demain, ne pas galérer. Je veux me battre pour, demain, qu'on me voit en tant que personne entière ». Tu vois ? J'ai pas envie de me dire : « Ouin ouin, je suis une femme, je suis noire, je suis célibataire, je n'arriverai à rien ». Non. C'est ma force ». Consciente des inégalités afférant à son genre, à son origine géographique, et à sa situation sociale, la traiteuse revendique l'entrepreneuriat comme une planche de salut où les discriminations n'auraient pas cours : « On est noir et on est en France Justement, prenons ce qu'on a à prendre. On a l'opportunité de reprendre les cours. On a l'opportunité de créer à partir de rien. On a pleins d'opportunités. Pour moi, c'est plus une chance [...] Je voulais montrer que quand tu veux, tu peux. Justement, tu es en France. Ce n'est pas parce que tu es noire. Au contraire, c'est là que tu dois, tu as la chance, l'opportunité d'y arriver, avec ou sans diplôme ». Le propos idéalisé que la traiteuse déploie sur l'entrepreneuriat qu'elle présente comme une revanche sociale n'est pas la simple conséquence d'une intériorisation du discours commun. Traiteuse depuis plus de dix ans, elle a vécu des expériences discriminantes qui ont contraint son parcours entrepreneurial. Par la création d'entreprise, elle cherche cependant à se démarquer des catégories à laquelle la lient sa nationalité étrangère, sa couleur de peau, son genre, ou encore son capital scolaire. Durant l'ensemble de nos discussions, la traiteuse se décrit fréquemment comme « noire » pour expliquer d'où elle vient, qui elle fréquente, ou comment elle agit tout en rappelant à plusieurs reprises qu'elle ne veut pas être définie comme telle. Cette tension révèle une conscience des inégalités en même temps qu'une volonté de les dépasser pour prouver qu'elle n'y est pas assignée.

La posture de la traiteuse de plats gourmets africains est partagée par d'autres personnes rencontrées, principalement issues des classes populaires, autodidactes, femmes, et/ou

étrangères. Si l'injonction à l'autonomie responsabilise les individus en occultant le rôle des structures sociales inégalitaires dans lesquelles ils se meuvent, elle débouche aussi sur une forme d'*empowerment* chez les entrepreneurs enquêtés en leur permettant de se définir par leur détermination personnelle et par leurs actes plutôt que par des catégories sociales assignées qui sont stigmatisantes. La création d'activité représente un moyen de se caractériser autrement que de la façon dont on est généralement perçu. Ce constat corrobore celui de la sociologue Valérie Daniel qui s'intéresse aux relations entre les identités, les migrations, et le travail en étudiant le cas de jeunes maghrébins face aux discriminations à l'emploi. L'autrice nuance les effets négatifs de la responsabilisation individuelle en montrant que l'autonomie constitue un moyen pour les jeunes de « réinterpréter la catégorisation et [d']en faire quelque chose d'autre qu'une pratique de dominant à dominé » (Daniel, 2011, p.88). Dans cette étude comme dans les terrains d'étude, « la volonté d'y arriver par soi-même et de s'en être donné les moyens rend le discours sur la discrimination complexe » (*ibid*, p.84). Les jeunes maghrébins présentés dans l'article et les entrepreneurs rencontrés pendant la thèse échappent à la figure simpliste de victimes de la rationalité néolibérale en reformulant leurs trajectoires de vie. Ils entreprennent pour s'affranchir des discriminations qui structurent le monde de l'emploi salarié desquelles ils font les frais. La sociologue Hanane Karimi dresse un constat équivalent au sujet des femmes musulmanes voilées dont la démarche entrepreneuriale est motivée par la recherche d'autonomie, qu'elles définissent comme l'absence de lien de subordination salariale, pour échapper aux stigmatisations de genre, de race, et de religion (Karimi, 2020).

Tandis que des chercheurs en sciences de gestion valorisent l'autonomisation individuelle par l'entrepreneuriat, d'autres la critiquent en exposant la rationalité néolibérale qui sous-tend les politiques publiques entrepreneuriales. Dans la pratique, les acteurs locaux mobilisent la notion d'autonomie selon leur parcours et leurs aspirations. Les conseillers aident les individus qu'ils suivent à améliorer leurs conditions de vie dans un contexte marqué par les inégalités ; les entrepreneurs accompagnés revendiquent leur indépendance pour construire leur projet personnel. La démarche entrepreneuriale est vécue comme un moyen de renforcer ses capacités d'action pour s'épanouir dans la société actuelle. Ce processus d'*empowerment* personnel passe par une reconnaissance de soi en tant qu'entrepreneur qu'il convient maintenant d'explicitier.

## 1.2 La légitimation des différences entrepreneuriales dans un cadre institutionnel

### 1.2.1 S'approprier son individualité plurielle

#### 1.2.1.1 Construire sa propre histoire

« Dans ma vie, j'aime toujours avoir le contrôle » (novembre 2018)

Durant l'entretien, la gérante du salon d'esthétique propose une explication à son souhait d'entreprendre. Elle l'imbrique à un besoin de contrôle construit par son histoire familiale : « Je pense que ça part aussi de ma personnalité. J'ai toujours voulu être indépendante. Je suis indépendante depuis que j'ai l'âge de 16 ans, on va dire. Où je m'occupe de moi, je m'occupe des autres, des gens de ma famille. Je suis la deuxième enfant dans ma famille. Et la première fille. Donc derrière moi, j'ai plein d'autres enfants parce que nous sommes au nombre de 7. Et j'ai perdu mon papa alors que j'avais 13 ans. Ma maman a trouvé un copain alors que j'avais 15 ans. Donc elle est partie avec son copain, elle m'a laissé ses enfants, j'ai dû m'en occuper. Donc pour moi, voilà, j'ai toujours eu, j'ai ce côté-là, déjà, d'être indépendante. Je dépends quasiment jamais de quelqu'un, que ce soit d'un homme ou ...[...]. Donc je pense que ça part de là ». Consciente que sa trajectoire familiale a influencé la femme qu'elle est aujourd'hui, elle analyse son besoin d'indépendance au travail comme le prolongement de son indépendance en général. Celle-ci a été provoquée par une situation familiale compliquée qu'elle a dû gérer. Trajectoire personnelle et trajectoire entrepreneuriale prennent sens conjointement dans la narration du parcours de création de son activité.

Lors de l'entretien, la gérante de l'institut d'esthétique lie son envie d'entreprendre à son parcours de vie marqué par la précarité. Les récits de vie ont constitué un moment privilégié durant lequel les personnes ont pu justifier leur projet, et donc se justifier elles-mêmes, en reconstruisant a posteriori leurs motivations et le déclenchement de leur passage à l'acte d'entreprendre, la pertinence et les finalités de leur projet, ou encore les stratégies et les compétences mises en œuvre, en rendant l'ensemble cohérent selon une stratégie narrative. Bien que certains individus soient contraints de créer leur emploi, l'ensemble de ceux rencontrés adhère à la démarche entrepreneuriale en ce qu'elle représente un outil de reconnaissance individuelle à travers lequel ils se demandent : « Pourquoi pas moi ? »<sup>220</sup>. Leur reconnaissance passe notamment par l'appropriation narrative de leur parcours de vie. Incités au *personal branding* et au pitch pour vendre leurs produits, ils apprennent à construire leur

220 Cette formule rhétorique est employée par les entrepreneurs lors des entretiens.

histoire en s'y valorisant.

Des travaux universitaires attestent que la narration entrepreneuriale participe à la construction de soi. La sociologue du travail Silvia Gherardi montre que les mères entrepreneures qu'elle a rencontrées réarticulent et s'approprient leurs fonctions familiale et professionnelle en racontant l'histoire de leur projet d'activité qu'elles transforment en un projet de vie (Gherardi, 2015). La légitimité individuelle et sociale recherchée dans la construction du récit entrepreneurial est d'autant plus importante pour les personnes dont les caractéristiques sociales ne correspondent pas aux représentations communes de l'entrepreneur, comme l'illustre la narration de soi de la traiteuse de plats gourmets africains. Durant l'entretien, cette dernière se présente comme une femme, noire, sans diplôme, sans argent, mère célibataire. Chacun de ces éléments la conduisent à lutter contre une fatalité sociale tout en constituant un frein dans son parcours entrepreneurial. Lorsque la traiteuse parvient à vivre de son activité, elle transforme ses caractéristiques sociales minorées en source de fierté car elles prouvent qu'elle est capable de réussir malgré une infériorisation sociale multiple. Son récit entrepreneurial la valorise en tant que personne et lui permet de s'extraire d'identités stigmatisantes assignées en se les appropriant pour en faire des ressources. Elle construit ainsi sa légitimité à entreprendre et à réussir.

Alors qu'un ensemble de travaux en sciences de gestion insiste généralement sur la nécessité préalable de se sentir légitime pour créer une activité pérenne, le sentiment de légitimité constitue plutôt une finalité de la création d'activité chez les personnes rencontrées. Cette légitimité recherchée par la majorité d'entre elles renvoie à un processus de reconnaissance personnelle et sociale. Après avoir éprouvé des expériences dévalorisantes, certains entrepreneurs enquêtés semblent chercher une reconnaissance pour se rapporter positivement à eux-mêmes comme sujets dotés de valeur. La mise en récit de leur histoire entrepreneuriale valorise leur identité personnelle qui a été dépréciée par leurs identités sociales<sup>221</sup> minorées. A travers la narration, ces identités sociales négatives sont transformées en éléments positifs. L'entrepreneur est reconnu pour sa volonté individuelle et son utilité à la société<sup>222</sup>. Dans ce cadre, l'accompagnement à l'entrepreneuriat vise à renforcer une confiance et une estime de soi nécessaires à la reconnaissance générale de l'individu.

---

221 L'identité sociale est une identité attribuée à une personne ou à une groupe par d'autres individus ou groupes qui les catégorisent et à laquelle ils sont assignés.

222 En plus d'être considérée comme un symbole du développement économique, la figure de l'entrepreneur constitue un modèle culturel, politique, et moral des valeurs de démocratie et de liberté dans les sociétés contemporaines occidentales (Janssen, Schmitt, 2011).

### 1.2.1.2 Renverser le stigmate de la classe sociale

Si la quête de valorisation personnelle dans la démarche entrepreneuriale traduit une attente de reconnaissance sociale de la part d'individus assignés à des identités stigmatisantes, ce constat est marquant dans le cas des entrepreneurs peu ou pas diplômés enquêtés. Souvent dévalorisés par leur faible capital scolaire et/ou culturel, ils ont appris à mettre en valeur leur proactivité pour parer ce manque. Lorsqu'ils caractérisent l'entrepreneuriat, ils insistent sur la volonté, la capacité de travail, la persévérance, la prise de risque, le culot, ou encore l'audace. Le savoir-faire est privilégié par rapport aux connaissances théoriques, qu'ils déprécient parfois car elles ralentiraient la prise de décision et le passage à l'acte. C'est la posture tenue par l'entrepreneur qui multiplie les projets de BTP<sup>223</sup>.

*« Heureusement que je n'ai pas écouté » (juin 2019)*

Durant l'entretien, l'entrepreneur insiste sur sa capacité à aller de l'avant malgré l'absence de reconnaissance de la part des acteurs économiques et politiques, qui est liée en partie à son manque de diplôme socialement valorisé. Il détient uniquement un CAP de menuiserie. Il cite le cas de son conseiller à la BGE qui n'a pas soutenu son projet économique car il le jugeait trop ambitieux pour une personne sans baccalauréat. L'entrepreneur rejoue la discussion : « Vous avez quoi ? Vous êtes ingénieur ? - Non non, ni même le bac. J'ai juste un CAP métier en bâtiment. - Ce n'est pas possible. Soyez un peu sérieux. - Mais si, si, je le suis ». L'entrepreneur décide de « faire l'autruche » et de continuer son projet malgré tout. S'il n'a pas le capital scolaire requis, il est un autodidacte qui travaille depuis longtemps dans le métier du BTP. Après avoir participé à des chantiers en arrivant en France en 2004, il crée une première entreprise de BTP en 2012. Celle-ci fait faillite après une mauvaise compréhension et une mauvaise gestion des démarches administratives, alors que l'entrepreneur décrochait des contrats et embauchait des salariés. Sa liquidation judiciaire ne l'arrête pas car il la considère moins comme un échec qu'une expérience professionnelle. Il valorise sa persévérance : « ça ne m'a pas empêché de créer des choses, qui vont orienter en partie après. Je me diversifie. Après, j'ai multiplié les casquettes. C'est autant de choses qui m'amènent à la maison-conteneur ». Il relance une nouvelle entreprise en 2017. A côté de chantiers classiques de gros oeuvre, il développe un projet de structures métalliques et commence à construire une maison-conteneur témoin pour attirer les clients. Les chantiers menés en parallèle lui permettent de financer son projet en fonds propres en attendant de devenir crédible auprès des banques. A l'époque de l'entretien, il a investi 30 000 euros. Le récit de son parcours professionnel met en valeur ses efforts redoublés en l'absence de reconnaissance institutionnelle. L'entrepreneur valorise sa capacité de travail pour parer son manque de diplôme, d'argent, de réseau. Bien qu'il soit fier de son autodidaxie, il a débuté un BTS des métiers du bâtiment à distance. Tout en revendiquant ses différences par rapport aux standards de l'entrepreneuriat, il mène des démarches conformes aux attentes des institutions pour gagner en légitimité.

Ce parcours entrepreneurial corrobore les analyses du collectif Rosa Bonheur qui montre que

<sup>223</sup> Cet entrepreneur a été présenté dans le troisième chapitre.

les classes populaires insistent sur les valeurs d'exigence au travail car « la lourdeur des stigmates qui pèsent sur les classes populaires implique un travail permanent de réparation de son propre honneur de la part des populations concernées » (Collectif Rosa Bonheur, 2019, p.134). Tout en valorisant leur autodidaxie, les personnes rencontrées critiquent de façon récurrente l'importance accordée aux diplômes dans la société française. Leur absence restreint l'entrée dans l'univers du salariat et conduit des individus à entreprendre en prônant l'image du self-made-man anglosaxon. Le discours tenu par l'entrepreneur qui vend des produits capillaires est représentatif d'un ensemble de déclarations entendues en entretien.

« *En France, on ne va pas te donner une grande chance* » (février 2019)

Arrivé en France à l'âge de 16 ans, fils d'entrepreneurs restés au Bénin, cet entrepreneur a constaté l'existence d'un plafond de verre dans l'entreprise où il était salarié que ni son BTS en conception économique industrielle, ni son origine géographique et sociale ne lui permettaient de franchir. Se sentant sous-estimé par rapport à ses capacités, il dresse une diatribe contre le système français et encense les valeurs anglo-saxonnes lors de l'entretien : « Dans les pays anglophones, aujourd'hui, on te dit : « Tu sais faire ? Prouve-moi » . A partir de là, tout le monde peut travailler, tout le monde peut réussir, tout le monde peut avoir une chance. Tu as vraiment cette faculté, cette chance qui est donnée à tout le monde. Où tu es capable, en fait. Ce n'est pas pour rien que beaucoup de cerveaux ont quitté la France. Ils voyaient qu'il y avait pleins d'opportunités autre part. En France, c'est d'abord : « Ok, diplôme, recommandations » . Si tu n'a pas ça, c'est limite ad vitam aeternam. Tu as beau être un crack avec une mémoire de malade, en France, on ne va pas te donner une grande chance. « Ok, qu'est-ce qu'il vaut ? Qu'est-ce qu'il sait faire ? » . Non. Tu as beau avoir une belle voix, si tu chantes dans le métro, tu ne vas pas sortir un album en France. Peut-être quelques cas l'ont fait mais c'est hyper rare. [...] » . Il prolonge la critique en citant des vidéos Youtube et des émissions télévisées qui valorisent des talents en souhaitant qu'elles soient davantage diffusées pour changer les mentalités. En attendant, il s'adapte aux attentes institutionnelles : il a repris ses études et obtenu un master en négociations d'affaires.

### 1.2.1.3 Mettre à distance l'identité assignée de l'entrepreneur des quartiers

Durant la conférence « Entrepreneuriat pour tous » du BIG, un producteur de musique rap qui vit dans un quartier du 19ème arrondissement parisien et un rappeur d'Aubervilliers qui s'est lancé dans la création d'une marque de vêtements *streetwear* de luxe pour « faire des sous » après avoir été emprisonné pour trafic de drogues ont raconté leur parcours entrepreneurial (octobre 2019). Dans la même veine, Positive Planet<sup>224</sup> a créé le programme « Entrepreneurs Challenge » à la fin de l'année 2018. D'après le site internet, 10 « jeunes entrepreneurs de quartier » sont accompagnés par un footballeur professionnel pour monter leur projet

224 Cette structure est présentée dans le glossaire situé en annexe 4.

d'activité. Le projet qui propose la meilleure innovation sociale et/ou technologique remporte 10 000 euros. Ainsi, des acteurs institutionnels reprennent des archétypes pour sensibiliser à la création d'entreprise. En employant une communication fondée sur les clichés des codes de la rue pour toucher les jeunes qui vivent en banlieue, ils enferment l'entrepreneuriat en QPV dans une image qui peut être vécue comme stigmatisante. L'infériorité sociale vécue par des entrepreneurs enquêtés est alors couplée à une stigmatisation spatiale par la figure de l'entrepreneur de banlieue. Lors des entretiens, des entrepreneurs ont exprimé un sentiment de dévalorisation lié à cette image dont ils veulent se démarquer en construisant une identité entrepreneuriale de banlieue en porte-à-faux. Ce constat a surtout été visible chez des jeunes hommes noirs, comme l'exposent les deux portraits ci-dessous.

*« A chaque fois, on incite les gens à laisser cette étiquette « cité » pour pouvoir réussir »  
(février 2019)*

L'entrepreneur en cosmétiques qui critique l'importance des diplômes en France condamne aussi l'image simplificatrice de l'entrepreneuriat en banlieue. Lorsque j'évoque le concours « Talent des cités », il s'insurge contre le titre qu'il juge discriminant : « Est-ce que ça me clivalise en me disant que je fais partie d'une cité d'abord, avant d'être un talent ? Si à chaque fois dans « talent », on me montre juste cité, rappeur, banlieue, etc, ouais. Dis-moi juste concours tout court, ok. [...] Pas : « On a aussi des talents ». On a des talents. Cette forme de « on a aussi », je n'en peux plus ». Il proteste contre l'assignation des entrepreneurs de banlieue à certaines activités économiques : « Le top, ce serait juste de dire à ces jeunes : « Ok les gars, là, faites des trucs que vous aimez faire. Les trucs que vous ne voyez pas à la télé. Pas juste du rap, des vêtements, une marque de t-shirt. Créez des trucs. Pensez à des choses. Venez, on en discute. Sortez des clichés cité [...] Qu'on arrête de leur balancer que des exemples des personnes qui ont juste des marques de vêtement, qui réussissent au foot, qui chantent ». S'il partage l'idéologie du self-made-man véhiculée dans les émissions télévisées, il remet en cause l'image qu'elles donnent des entrepreneurs vivant en banlieue. Contrairement aux entrepreneurs en général, ces derniers sont définis par leur lieu d'habitation avant d'être définis par leurs aspirations et par leurs actes : « Dès qu'on présente une réussite de cité, on commence à parler de sa cité : « Il a grandi là. Il a fait ça. Il a eu la chance de. Il a fait six mois de prison » [...] Mais quand tu as une réussite de banlieue, on va d'abord te sortir le cliché de la banlieue : « Et la personne a eu une chance de s'en sortir parce qu'il voulait plus ». Non. Il avait une passion aussi, le mec. Citez ses passions avant ».

Lors d'un autre entretien, un homme noir de 22 ans de nationalité portugaise montre aussi sa détermination à s'écarter des clichés qui concernent la banlieue. Accompagné par Osez Entreprendre, il monte un groupe de rap mais tient à se dissocier de la figure du rappeur de banlieue en caractérisant sa musique d'« artistique » et de « professionnelle » (mars 2019). Bien que la nature de son activité renvoie à l'imaginaire des cultures urbaines, l'entrepreneur marque une différenciation nette avec « tout ce qui est rap, la rue » durant les deux entretiens menés. Il vit dans un QPV et souhaite percer dans ce style musical, mais il refuse d'être associé au stéréotype du rappeur de cité. Lorsque je lui demande s'il tourne ses clips dans son quartier, il me répond : « Non, non, non, non, non. Nous, c'est vraiment pas quartier. Nous, c'est pas ce délire-là, quartier, *wesh wesh* » (septembre 2019).

Les deux entrepreneurs récusent les stéréotypes associés à l'entrepreneuriat en banlieue. Ils veulent en être dissociés en tant qu'individus, mais aussi en dissocier l'ensemble des entrepreneurs qui vivent en banlieue et dont les expériences entrepreneuriales sont occultées par cette catégorisation.

Chez d'autres personnes rencontrées, l'imaginaire des cultures urbaines associé à la banlieue est utilisé comme une ressource pour légitimer leur activité. Il devient un critère de vente. C'est le cas d'une porteuse de projet accompagnée par la Miel. Cette française d'origine gabonaise de 49 ans est une ancienne directrice des ressources humaines pour une grande entreprise de restauration rapide. Elle démissionne en 2017 pour commercialiser une marque de crèmes destinée aux peaux mates à foncées sur des plateformes e-commerce, avant de les vendre dans des magasins de grande et de moyenne surfaces. Elle compte jouer sur l'image positive des cultures musicales transnationales très présentes en banlieue pour faire la publicité de son produit en s'appuyant sur le réseau de son frère. Celui-ci est un ancien producteur de musique qui a découvert des artistes africains mondialement connus comme Magic System<sup>225</sup>. Pour autant, la porteuse de projet loue un local d'activité situé dans Paris pour rencontrer ses partenaires économiques car il « fait professionnel, plus professionnel qu'un local dans le 93 » (janvier 2019). Entre contrainte et ressource, la banlieue constitue ainsi un stigmatisme que les personnes enquêtées retournent pour développer leur entreprise.

Les entrepreneurs rencontrés construisent leur projet économique et leur rapport à eux-mêmes à partir des catégories sociales qui leur sont assignées. Le constat est marquant en QPV car ces territoires concentrent des profils sociaux minorés. Dans l'enquête, ces catégories stigmatisantes font référence à la classe sociale, à l'origine géographique, à la race, à l'âge, ou encore au genre des individus<sup>226</sup>. Elles sont souvent imbriquées et elles constituent parfois des formes de capital. Être différent des images communes de l'entrepreneur apparaît à la fois comme une contrainte et comme un atout à occulter et/ou à revendiquer dans la démarche de création et de développement d'entreprise. Selon les situations, les entrepreneurs rencontrés adoptent des postures contrastées d'écart et/ou de valorisation vis-à-vis des clichés qui leur sont associés pour contester et intégrer les réseaux économiques formels. L'entrepreneuriat est envisagé par certains comme un moyen de se dégager des stigmatisations dont ils font l'objet en construisant leur propre identité entrepreneuriale dans une logique de reconnaissance

---

225 Ce groupe de musique ivoirien a rencontré un succès mondial au début des années 2000. L'une de ses compositions a été l'hymne officiel de l'équipe de France de football lors de la Coupe du monde de 2018.

226 Dans d'autres contextes, elles renvoient aussi à la religion.

personnelle et sociale. Dans ce cadre, l'acte d'entreprendre constitue une forme de résistance à l'assignation sociale et valorise l'individu. Il s'inscrit dans un processus d'*empowerment* qui repose sur l'augmentation de l'estime de soi en transformant le mépris social en une quête de reconnaissance. Il convient maintenant d'étudier auprès de qui certains entrepreneurs cherchent cette reconnaissance.

## 1.2.2 Une reconnaissance conditionnée au respect des règles institutionnelles

### 1.2.2.1 Une légitimité conférée par les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat

La création d'activité représente une quête de légitimité pour les entrepreneurs rencontrés. Leur récit entrepreneurial leur permet de renverser leurs identités assignées stigmatisantes pour prouver qu'ils sont aptes à entrer dans le monde économique duquel on les a écartées. Ils recherchent la reconnaissance sociale d'acteurs institutionnels du monde économique qui la leur ont initialement déniée. C'est ce qu'illustre la posture paradoxale d'une entrepreneuse qui est décrite ci-dessous. Consciente des discriminations qui la touchent, elle désire néanmoins la reconnaissance des acteurs qui participent à leur production.

« *C'est une sorte de légitimité à prouver* » (juillet 2019)

La créatrice d'un incubateur d'entreprises de la cosmétique s'est battue pour être reconnue par les acteurs économiques institutionnels du métier. Bien qu'elle possède un diplôme de master et soit une ancienne salariée du monde de la finance, cette femme française noire de 35 ans, originaire de Seine-Saint-Denis, autodidacte dans le champ cosmétique, a été confrontée au mépris des entreprises du secteur et des banquiers à qui elle a demandé un prêt. L'accompagnement à l'entrepreneuriat qu'elle a reçu en intégrant le programme Cartel porté par Plaine Coworking lui a permis de consolider et de légitimer sa posture d'entrepreneuse. La gérante de la structure d'hébergement l'a mise en contact avec d'autres structures ; les coworkers l'ont « aidée à prendre confiance en moi et à me dire : « Tu peux arriver à monter cette structure, tu ne dois pas douter de tes capacités » ». A l'heure actuelle, l'entrepreneuse est soutenue par des collectivités territoriales comme la Région d'Île-de-France, le Département de Seine-Saint-Denis, ou la Municipalité de Pantin et par des entrepreneurs en relation avec les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat, comme Moussa Kébé<sup>227</sup>. Elle est aussi partenaire de groupes d'entreprises de la cosmétique comme Cosmed et pense rejoindre bientôt un pôle de compétitivité. Enfin, elle a témoigné au journal télévisé du soir de TF1 pendant deux minutes, ce qui lui a conféré « une visibilité monstre ». Sa reconnaissance et sa

227 Enseignant du secondaire, entrepreneur, et acteur associatif, Moussa Kébé est un ambassadeur de la marque territoriale « In Seine-Saint-Denis ».

légitimité institutionnelles progressent.

### 1.2.2.2 Le manque de compétence et l'écart aux règles demeurent préjudiciables

L'écart de conformité aux normes juridiques a pénalisé le développement de l'activité de la gérant du site internet de mise en réseau d'entrepreneurs

*« Ça m'apprendra à faire un contrat » (octobre 2019)*

Bien qu'elle soit accompagnée depuis 21 mois par la Miel et qu'elle détienne deux masters, l'un en communication et commerce et l'autre en marketing émotionnel, l'entrepreneuse me raconte sa récente mésaventure avec un client lors de notre second entretien. S'étant accordés en amont sur le tarif par personne présente, elle s'attend à ce que la structure d'hébergement entrepreneurial chez qui elle a donné une conférence en juillet la rétribue. Son interlocuteur ajourne le paiement en disant qu'il s'attendait à moins de monde et qu'il ne possède actuellement pas la trésorerie nécessaire. L'entrepreneuse est contrainte d'avancer sur ses fonds propres les frais du traiteur et de l'ingénieur vidéo qu'elle a démarchés pour la conférence. A découvert, elle demande un prêt à son banquier en attendant que son client la paie en lissant sa facture sur plusieurs mois. Face à mon étonnement qu'elle ne soit pas payée, l'entrepreneuse finit par dire qu'elle n'avait pas signé de contrat : « Ce n'était que des échanges de mails. Et encore, la plupart du temps, on se voyait en oral. Du coup je faisais des comptes-rendus de nos rendez-vous mais ce n'était pas contractuel [...] On est à la cool, on est sympa, on discute. ». Habitée à travailler en confiance avec son réseau personnel, elle a transposé sa pratique informelle dans son nouveau réseau professionnel qui n'est pas régi par les mêmes codes. Elle prend la faute sur elle : « Là, ça m'a appris aussi parce qu'on n'avait pas fait de contrat. Ça m'apprendra à faire un contrat ». Cet apprentissage par l'erreur la conduit aujourd'hui à signer systématiquement des contrats, à changer le statut de micro-entreprise qui met en danger sa situation financière personnelle, et à chercher des sources de financement hors de ses fonds propres. Outre le fait qu'on apprend chemin faisant, cette expérience montre l'enjeu des entrepreneurs enquêtés à s'acculturer aux règles existantes pour perdurer. Inopportune dans ce contexte professionnel, la confiance accordée par l'entrepreneuse l'« a mis quand même dans une situation très délicate par rapport à ma banque et tout, c'était très chaud ». Ingénue face à la prédation capitaliste de son client, elle a fait les frais de son écart aux règles censées la protéger.

Cet épisode est représentatif de l'éloignement d'entrepreneurs rencontrés aux codes qui régissent l'entrepreneuriat formel. Il met en exergue leur manque d'acculturation qui constitue un danger pour leur situation socio-économique souvent précaire. Si des personnes enquêtées souhaitent parfois valoriser leur altérité dans leur démarche entrepreneuriale, elles doivent respecter les règles édictées par les acteurs économiques institutionnels pour en être reconnues.

Nécessaire à la reconnaissance de l'individu comme entrepreneur, cette intégration des règles ne suffit pas à ce qu'il soit considéré comme un pair. Les expériences minoritaires vécues avant la réussite entrepreneuriale perdurent. C'est ce que montre le comportement du producteur de musique rap qui ne parvient pas à retourner son stigmat social pendant l'événement du BIG où il témoigne.

*« Je ne maîtrise pas la langue de Molière comme ceux qui ont pris le micro » (octobre 2019)*

Installés dans le sous-sol d'AccorHotels Arena, les directeurs généraux de la CDC, de la BPI, et de Positive Planet prennent la parole avant que les entrepreneurs issus des quartiers s'adressent à un public d'environ 300 personnes. Le témoignage de ces derniers illustre les propos théoriques qui sont tenus précédemment par les acteurs institutionnels. Le producteur musical décrit sa trajectoire entrepreneuriale. Né en France mais parti au Mali à l'âge d'un an, il revient à 11 ans et doit apprendre la langue française. Détenteur d'un CAP en maçonnerie, il abandonne ce métier qu'il juge trop dur. Il enchaîne les petits boulots et décide finalement de produire de la musique rap. Il signe aujourd'hui de grands labels européens. Bien que le producteur soit respecté et reconnu dans son domaine, il rend rapidement le micro à l'animateur de la BPI en s'excusant de ne pas « maîtriser la langue de Molière comme ceux qui ont pris le micro », c'est-à-dire les acteurs politiques et administratifs qui l'ont précédé et qui sont habitués à la prise de parole en public. Alors qu'il symbolise la réussite entrepreneuriale des quartiers aux yeux des acteurs institutionnels nationaux avec qui il est en contact, le producteur est rattrapé par un sentiment d'infériorité lié à son capital scolaire et culturel ainsi qu'à son origine géographique et sociale. Ce sentiment d'infériorité le conduit à se délégitimer devant l'auditoire en considérant qu'il ne mérite pas d'être écouté bien que ses propos soient parfaitement clairs. L'animateur de la BPI reprend le micro et enchaîne avec un autre témoignage.

Le parcours de la créatrice de l'incubateur cosmétique révèle aussi que la distance sociale perdure malgré sa reconnaissance en tant qu'entrepreneuse. Alors qu'elle est dorénavant intégrée au monde de la cosmétique en travaillant avec des entreprises du secteur et que son incubateur a formé plusieurs promotions de porteuses de projet, elle doit toujours prouver qu'elle mérite sa place lorsqu'elle contacte des partenaires potentiels : « on me pose encore la question, on me dit : « Mais comment tu es passée de la finance à la cosmétique ? Tu n'y connais rien en cosmétique » » (juillet 2019). Son absence de diplôme spécifique au secteur, sa jeunesse, sa couleur de peau noire, et son genre féminin sont autant d'éléments qui peuvent la minorer malgré le succès de son activité. Dans ce cadre, la réussite entrepreneuriale ne renverse pas les hiérarchies sociales nonobstant le discours commun qui prône l'ascension sociale par l'entrepreneuriat.

### 1.2.2.3 Une démarche entrepreneuriale qui avalise l'ordre établi

Les personnes rencontrées qui vivent des expériences de discrimination cherchent une forme de liberté individuelle dans la création d'entreprise car elle leur permettrait de se dégager de leurs identités assignées dévalorisantes et d'être maîtresses de leurs actions quotidiennes. Comme il l'a été précédemment démontré, ces personnes s'appuient sur les valeurs du volontarisme et du mérite au travail prônées dans le modèle anglosaxon<sup>228</sup> car elles les envisagent comme une alternative de mobilité sociale par rapport à leur situation minorée. Pendant l'entretien, l'entrepreneur qui vend des cosmétiques pour personnes noires a dénoncé le caractère antiméritocratique du système français. Cette quête de liberté individuelle s'inscrit à l'intérieur des structures politiques, économiques et sociales actuelles car il s'agit d'intégrer le monde institutionnel de l'entrepreneuriat. Les conseillers enquêtés acculturent les personnes qu'ils suivent à ses règles pour les aider à s'épanouir. Dans ce contexte, la portée contestatrice de la démarche entrepreneuriale est limitée car il s'agit de composer avec les inégalités structurelles plus que de s'y opposer, malgré le renversement possible des stigmates. La réussite de l'entreprise conduit même parfois à mitiger des propos d'abord protestateurs. L'entrepreneur d'Aubervilliers qui a témoigné au BIG a expliqué avoir commencé à rapper pour porter une parole subversive en étant « la voix des sans-voix » (octobre 2019). Aujourd'hui, il laisse de côté la musique pour se consacrer à la création d'une entreprise de vente de vêtements *streetwear* de luxe<sup>229</sup>. Durant la conférence « Entrepreneuriat pour tous », le récit de son parcours entrepreneurial était détaché de toute dimension critique. Il renforçait la croyance selon laquelle la réussite entrepreneuriale est accessible à tous.

La promotion publique par les acteurs institutionnels de modèles d'entrepreneurs issus des quartiers vise à produire un effet d'entraînement auprès des jeunes qui se projettent dans ces figures d'identification positives sans prendre conscience des inégalités qui structurent la création d'entreprise. Dans son roman à connotation autobiographique intitulé *Business dans la cité*<sup>230</sup>, l'auteur Rachid Santaki décrit cette instrumentalisation des pouvoirs publics qui invisibilise les inégalités structurelles à entreprendre et qui est reprise par les médias grand public : « Les unes des journaux nationaux avec mon nom et ma photo sont entassées : « l'entrepreneur des cités qui réussit », « la France métissée et motivée », « quand les cités rencontrent leur génie » » (Santaki, 2014, p.9). Ce constat corrobore les réflexions

---

228 Dans un ouvrage sur la production des sociétés entrepreneuriales anglophones dans le monde, le chercheur civilisationniste Jacques-Henri Coste explique en quoi la figure tutélaire anglo-saxonne de l'entrepreneur repose sur un ethos démocratique de liberté et de mobilité sociale (Coste, 2013).

229 Je ne sais pas si celle-ci continue à porter des messages politiques contestataires.

230 Ce roman retrace l'ascension et la chute d'un ancien délinquant de cité devenu entrepreneur à succès.

d'Erwan Ruty qui est un responsable associatif en banlieue, directeur de l'agence de presse des quartiers, et fondateur-rédacteur en chef du *Journal officiel des banlieues*. Selon lui, le désir d'accéder à la société de consommation dépolitise une partie des habitants des quartiers : il « n'est pas question de revendiquer l'émergence d'une société alternative (ou seulement dans les mots), mais de pouvoir participer à la société dominante, du moins d'en partager le rêve » (Ruty, 2019, p.109). L'entrepreneuriat représenterait un moyen d'y avoir accès.

La démarche entrepreneuriale est sous-tendue par une double logique de distinction et d'intégration. Des entrepreneurs minorés rencontrés valorisent leurs différences pour construire une image positive d'eux-mêmes et se démarquer de leurs concurrents tout en se conformant aux attentes et aux règles institutionnelles. Il s'agit de retourner leurs stigmates dévalorisants pour légitimer leur place dans la société marchande. Dans ce cadre, ils s'approprient leurs identités plurielles dans une tension de mise en valeur et d'occultation de leurs différences sociales pour être reconnus comme entrepreneur et comme personne. Cette reconnaissance participe au processus d'*empowerment* en ce qu'elle procure une estime individuelle et sociale nécessaire pour agir. Il s'agit maintenant de voir si la valorisation et l'autonomie individuelles acquises dans la démarche entrepreneuriale inspirent des formes de valorisation et d'*empowerment* collectifs.

## **2 Des formes collectives réduites pour une politisation limitée**

### **2.1 Une dimension collective restreinte dans l'acte d'entreprendre**

#### *2.1.1 Une politique publique individualisée*

La démarche entrepreneuriale renvoie à un processus d'*empowerment* en ce qu'elle peut favoriser le développement de compétences et de l'estime de soi à travers un processus d'apprentissage qui permet aux individus de se réaliser. Cette réalisation personnelle modifie-

t-elle les rapports de pouvoir, enjeu majeur du modèle radical de l'*empowerment* (Bacqué, Biewener, 2013) ? Il s'agit de voir s'il existe un processus de conscientisation collective chez les entrepreneurs enquêtés, qui mènerait à des actions de transformation sociale.

A l'échelle nationale, la devise déployée par la BPI lors du BIG montre que l'acte d'entreprendre et l'accompagnement à la création et au développement d'activité sont deux démarches conçues principalement selon une logique individuelle. Le slogan en jaune et noir « Liberté, égalité, volonté » a traversé régulièrement les écrans géants. La fraternité, dont le principe repose sur la solidarité collective, est abandonnée au profit de la volonté qui s'appuie sur la capacité individuelle. La réussite entrepreneuriale est assimilée à la détermination personnelle en occultant le rôle de la coopération. L'individu ne serait redevable qu'à lui-même.

*L'entrepreneuriat comme démarche individualiste*



Illustration 46: Slogan du BIG

*Réalisation : BPI France, 2019.*

Le slogan « Liberté, égalité, volonté », dont le dernier terme est inscrit de manière plus visible grâce à une taille et à une couleur voyantes, a ponctué la journée du BIG. Il a été diffusé de manière épisodique mais répétée sur les nombreux écrans lumineux de la salle principale. Comme le message traversait inopinément et rapidement le bas des écrans, je n'ai pas réussi à le photographier. Toutefois, le slogan a été repris sur le site internet de la BPI d'où provient l'image ci-dessus. Il constitue un leitmotiv pour cet organisme national qui porte la politique publique de soutien à l'entrepreneuriat.

A l'échelle locale, les structures étudiées mettent en œuvre un accompagnement d'abord

individuel qui repose sur la relation entre un conseiller et un entrepreneur. L'absence d'un espace physique collectif propre aux entrepreneurs de la Miel et d'Osez Entreprendre ainsi que la rareté des événements collectifs proposés par le dispositif nantais sont deux éléments qui renforcent ce résultat. Leur manque réduit les interactions entre les individus accompagnés, et donc les possibilités d'émergence d'un collectif. Cette offre collective restreinte est couplée à un intérêt limité de la part d'entrepreneurs enquêtés. Parmi eux, tous suivent ou ont suivi un accompagnement individuel tandis qu'une petite moitié participe à des formes d'accompagnement collectif. Ils évoquent plusieurs raisons à leur absence : le manque de temps, le manque d'envie, le sentiment de leur inutilité, et/ou la méconnaissance de leur existence. Cependant, les orientations récentes des financeurs locaux et nationaux en faveur de l'accompagnement post-crédation conduisent les structures étudiées à mettre en œuvre des modes d'accompagnement collectif particuliers tels que le mentorat et le mécénat de compétences. Ces pratiques font consensus : elles sont valorisées par les dirigeants d'entreprise, par le gouvernement, et par les chercheurs en sciences de gestion. Elles questionnent néanmoins la notion de collectif qui est restreint à une relation interindividuelle entre un mentor et un mentoré.

La dimension collective de la politique publique d'accompagnement à l'entrepreneuriat repose moins sur la création de groupes qui partagent des conceptions et des actions communes que sur l'intégration d'individus à des réseaux économiques formels. Elle est d'abord sous-tendue par un objectif économique.

## *2.1.2 Le collectif comme opportunité*

### *2.1.2.1 Vendre du collectif*

Pour des conseillers et des entrepreneurs enquêtés, le collectif constitue une opportunité économique et financière. Certains individus attentifs aux discours des acteurs institutionnels montent des projets de mise en réseau et de mentorat. Plusieurs activités menées par des entrepreneurs rencontrés s'inscrivent dans ce domaine : un site internet de mise en réseau et des conférences sur l'entrepreneuriat, une plateforme numérique de vente qui regroupe des artisans créateurs, un espace de coworking, un incubateur dédié aux projets dans la cosmétique, une plateforme numérique de recherche d'emploi pour les profils atypiques, ou

encore des prestations en développement personnel proposées à des entrepreneurs. La formatrice qui les vend entretient un rapport monétaire au collectif, comme l'illustrent ses propos relatés ci-dessous.

#### *Vendre du bonheur aux collègues entrepreneurs*

Lors du séminaire national promouvant la mobilité sociale par l'entrepreneuriat qui s'est déroulé au ministère de l'économie en novembre 2019, j'ai croisé une entrepreneuse accompagnée par la Miel. Cette femme française de 39 ans est entrepreneuse depuis 16 ans. Elle se définit comme une *slasheuse*, c'est-à-dire une travailleuse qui exerce plusieurs activités en alternant des prestations de coach en développement personnel et d'*event planner*<sup>231</sup>. Elle organise en outre ses propres conférences et événements de mise en réseau d'entrepreneurs. Durant le déjeuner du séminaire, je discute avec elle ainsi qu'avec son compagnon de vie et de travail. Ils me pitchent leur nouveau projet comme si j'étais une cliente à convaincre : un « concept d'accompagnement » états-unien inédit en France qui mêle bonheur et entrepreneuriat. D'ailleurs, le couple met en scène son activité professionnelle en donnant à voir son bonheur conjugal pendant le repas. Pour piquer ma curiosité, ils n'en disent pas plus sur leur nouvelle activité mais ils m'invitent à leur présentation publique qui a lieu le soir même dans un espace de coworking parisien. Tandis que la femme part remplir leurs assiettes, l'homme me présente une autre de leurs activités. Ils accompagnent des entrepreneurs en leur proposant des conseils et une mise en réseau. En échange de leur prestation, ils récupèrent un pourcentage sur le revenu des ventes conclues par les personnes qu'ils suivent pour une durée qui excède leur temps d'accompagnement. L'homme se déclare fier de lui car il gagne beaucoup d'argent en s'appuyant sur les bénéfices des autres. Au fait du vocabulaire et des tendances qui traversent l'entrepreneuriat, le couple d'entrepreneurs multiplie la mise en réseau entre pairs pour s'enrichir personnellement.

Lorsque les personnes ne monétarisent pas l'aide qu'elles apportent aux autres, leurs conseillers les y incitent parfois afin qu'elles se dégagent un revenu. Bien qu'il soit singulier, le parcours entrepreneurial de la gérante d'un réseau social pour entrepreneurs montre en quoi la dimension collective devient une opportunité économique sur l'avis d'un conseiller lui-même entrepreneur.

#### *Du bénévolat à la création d'entreprise*

La gérante du réseau social pour entrepreneurs a été incitée par le conseiller de la Miel dédié aux dirigeants d'entreprise de plus d'un an à transformer son activité bénévole en une entreprise rémunératrice. Depuis 2011, elle gère la page Facebook d'une association de mise en réseau d'entrepreneurs qu'elle a créée car : « j'avais quelque chose en moi, un besoin d'aider, un besoin d'aider les entrepreneurs » (décembre 2018). Enfant, elle « est marquée » par la faillite de l'entreprise de ses parents qui « n'avaient pas su, ou n'avaient pas pu, parler aux bonnes personnes au bon moment ». Étudiante, elle voit ses amis entrepreneurs peiner à

231 Il s'agit de la gestion d'événements.

cause de leur isolement. Elle décide alors de « connecter les personnes » physiquement puis virtuellement. Sa page Facebook prenant de l'ampleur, elle ouvre un site internet en 2015 en continuant son emploi salarié. Au début de l'année 2018, elle est contactée par un conseiller de la Miel qui l'a repérée sur les réseaux sociaux. Il s'intéresse à son association pour renforcer le réseau des dirigeants qu'il accompagne. En discutant, il l'interroge sur son modèle économique. La gérante répond qu'elle agit bénévolement. En parallèle, elle est salariée en CDI mais elle se sent proche du burn-out. Le conseiller lui propose de l'accompagner à formaliser un modèle économique pour transformer son association en entreprise lucrative. Elle adhère à la Miel. Lorsque je la rencontre, elle réfléchit à la rentabilité de son activité : vivre de conférences données à côté de la gestion du site internet ou y intégrer de la publicité ?

### 2.1.2.2 Des entrepreneurs qui articulent l'entraide et l'opportunité

Le cas de la gérante de réseau social révèle que les motivations économiques sont imbriquées à des motivations extra-économiques dans les projets d'entreprise fondés sur l'entraide. La valeur rémunératrice de l'activité est couplée à des valeurs de soutien et de partage. C'est aussi le cas pour la *slasheuse* dont le discours sur l'altruisme ne traduit pas qu'une stratégie marketing d'embellissement de son projet économique. Les observations montrent que l'entrepreneuse mêle l'opportunité économique à une envie d'aider les autres. Lors d'une formation en webmarketing et d'une soirée pour femmes organisées par la Miel, elle adopte une posture d'accompagnante auprès des porteurs de projet moins expérimentés qu'elle en leur offrant des conseils et des contacts. Ces porteurs ne représentent pas des sources d'opportunité économique car leur activité n'est pas rentable et leur réseau professionnel n'est pas développé. Bien que sa posture protectrice soit jugée condescendante par certains, la *slasheuse* tente de tisser des liens amicaux pendant les buffets. Par ailleurs, elle est bénévole à l'association 100 000 entrepreneurs. Reposant à la fois sur une logique utilitariste pour augmenter son réseau professionnel et sur une envie d'aider les autres, la posture de la *slasheuse* illustre l'intrication de motivations variées dans la mise en œuvre de projets en faveur du collectif. Il en va de même pour le porteur de projet qui monte un site internet de recrutement destiné aux profils atypiques.

« *Une mission de vie* » (octobre 2018)

Rencontré à un événement de la Miel, cet homme métisse de 38 ans, français d'origine martiniquaise et réunionnaise, a souffert dans son parcours professionnel. Détenteur d'un baccalauréat, il arrête sa formation en BTS après un an d'étude et enchaîne les emplois : service d'escale à Air France, restauration, manutention, archivage, etc. Il décide de créer une plateforme numérique de recrutement pour aider les profils atypiques qui sont

discriminés sur le marché de l'emploi à trouver du travail. Il crée une société par actions simplifiées unipersonnelle (SASU)<sup>232</sup> en octobre 2017. Employeurs et demandeurs d'emploi postent des annonces dans un espace dédié. En complément, l'entrepreneur alimente une partie blog où il « recueille le témoignage de personnes qui ont le profil atypique et qui réussissent, malgré leur manque de diplôme ou le parcours en dent de scie » pour « faire en sorte qu'ils assument leur parcours parce que ce n'est pas une tare ». Lancée après un parcours professionnel douloureux, la création d'activité permet à l'entrepreneur d'échapper à la précarité des emplois salariés auxquels il peut prétendre tout en offrant un soutien aux personnes qui rencontrent les mêmes difficultés que lui : « Oui parce que moi-même j'ai un parcours atypique et comme je vous disais, pour moi, c'est plus qu'une activité. C'est vraiment une mission. Une mission de vie. C'est un truc qui me tient vraiment à cœur. Je vais voir jusqu'où ça va. Mais le but en effet, c'est d'aider les personnes comme je vous le disais, qu'on ne regarde pas forcément, à trouver chaussure à leur pied. » Lorsque je lui demande de définir l'entrepreneuriat, il répond en reprenant la légende du colibri qui tente d'éteindre un feu de forêt : « c'est apporter sa pierre à l'édifice ». Chez cet entrepreneur, la création d'activité est couplée à une forme d'engagement à travers laquelle il dénonce l'importance accordée aux diplômes dans le système français : « Parce qu'on a tendance vraiment à mettre l'accent sur les diplômes en France alors qu'il n'y a pas que ça, il y a beaucoup de personnes qui ne sont pas forcément diplômées mais ont des parcours très intéressants et sont très compétentes. Je me suis dit que l'idée c'était de mettre en avant ce type de profil ». Sa motivation sociale est corrélée à un contexte économique opportun. Selon l'entrepreneur, il existe une forte demande d'embauche des profils atypiques de la part des entreprises.

Les aspirations et les pratiques d'entrepreneurs rencontrés imbriquent des objectifs économique et d'entraide. Bien que la dimension collective prenne principalement la forme de la mise en réseau et soit souvent déployée dans un but lucratif, l'intrication d'objectifs économique et social nuance l'idée selon laquelle la démarche entrepreneuriale repose sur la compétition et la valorisation de soi. Il s'agit maintenant de voir si cette logique d'entraide présente chez des entrepreneurs enquêtés conduit à des formes d'*empowerment* collectif par la création et la reconnaissance de groupes qui cherchent à mettre fin à leur stigmatisation.

---

232 La SASU est une société par actions simplifiées constituée par un seul associé. Elle offre davantage de protection à l'individu que le régime de la micro-entreprise.

## 2.2 Des formes collectives entre solidarité et fragmentation

### 2.2.1 *Un sentiment d'appartenance collective fondé sur des discriminations partagées*

#### 2.2.1.1 Un engagement personnel fondé sur des expériences discriminatoires

Sans l'énoncer publiquement, les entrepreneurs rencontrés sont souvent motivés par des enjeux sociaux. A travers leur quête de reconnaissance personnelle, ils cherchent aussi à établir la reconnaissance des personnes qui partagent leur situation d'infériorité. Leur projet d'entreprise représente alors une forme d'engagement plus large. C'est ce qui motive l'entrepreneur qui entend valoriser les demandeurs d'emploi atypiques qui manquent autant de diplôme que lui. C'est également ce qui motive la créatrice de l'incubateur de projets cosmétiques. En se légitimant par son parcours entrepreneurial, elle souhaite légitimer les femmes et les habitants de Seine-Saint-Denis qui représentent deux profils marqués par des discriminations qu'elle a vécues.

*« Ma bataille, c'est ça, c'est de casser ces barrières » (juillet 2019)*

En légitimant sa présence dans le monde des cosmétiques, l'entrepreneuse entend légitimer par ricochet les femmes qu'elle accompagne dans son incubateur. L'idée de créer l'incubateur est d'ailleurs née d'un groupe de porteuses de projet qui rencontraient les mêmes difficultés à monter leur entreprise individuelle de produits cosmétiques. En juillet 2019, l'incubateur accompagne 7 entreprises qui sont toutes gérées par des femmes. L'absence d'hommes n'est pas voulue mais elle convient « très bien » à l'entrepreneuse car elle souhaite « permettre à un maximum, surtout quand c'est porté par les femmes, à un maximum de femmes, de faciliter l'accès à l'entrepreneuriat [...] leur permettre de casser ces barrières-là, et qu'elles puissent quand même faire parler leur histoire. Parce que derrière, il y a des histoires magnifiques à mettre en avant. Et c'est dommage qu'il y en ait qui se découragent parce qu'il y a des portes qui se sont fermées devant elles. Ma bataille, c'est ça, c'est de casser ces barrières, et qu'elles puissent mettre en œuvre leur projet au maximum ». La créatrice de l'incubateur veut faciliter le parcours entrepreneurial des femmes car elle a elle-même traversé beaucoup d'épreuves. En plus de valoriser les femmes par son activité, elle veut légitimer le département de Seine-Saint-Denis qui est son territoire de vie et auquel elle est attachée : « J'ai envie de casser aussi, je ne dis pas que je vais tout faire, mais j'aimerais bien si je peux, casser un petit peu cette image de : « 93, c'est tous des délinquants, des débiles. Ils ne vont pas à l'école, ils n'ont aucune ambition ». Non, il y a pleins de gens dans le 93 qui ont de l'ambition, sont intéressants, ont des choses et une richesse à apporter aussi. Il ne mérite pas son image ». En développant son incubateur, elle veut montrer que les habitants

de Seine-Saint-Denis sont capables de mener des projets d'envergure et qu'il ne faut pas restreindre leur ambition professionnelle et scolaire. Elle souhaite raconter son parcours à des lycéens pour « qu'ils voient que quelqu'un du 93 aussi a pu créer des projets impactants, dynamisants » et « qu'on peut aller jusqu'à un master en étant sorti du fin fond du 93 ». Collégienne à la Courneuve, elle a dû s'imposer pour passer en lycée général puis pour rejoindre un DEUG en économie et gestion malgré ses excellentes notes. En légitimant son parcours entrepreneurial, la créatrice de l'incubateur légitime les femmes et les habitants de Seine-Saint-Denis. Dans une boucle rétroactive, sa réussite devient leur réussite et leur réussite devient sa réussite. Cette forme d'engagement auprès de deux publics discriminés auxquels elle appartient lui procure la détermination nécessaire pour supporter les sacrifices afférant à l'entrepreneuriat : « si c'est juste pour gagner des sous, ça ne va pas marcher [...] si c'est juste une opportunité, ça ne marchera pas ». Finalement, sa démarche entrepreneuriale est fondée sur une volonté implicite de subvertir les places assignées par la société.

La créatrice de l'incubateur cosmétique est portée par un engagement entrepreneurial et personnel auprès de publics minorés comme les femmes et les habitants d'un territoire stigmatisé. Par sa réussite personnelle, elle valorise et encourage l'ascension sociale des groupes minorés auxquels elle se réfère. Sans que ce soit une posture unanime, d'autres histoires entrepreneuriales montrent qu'il en va de même à propos des publics racisés. Des entrepreneurs enquêtés ont exprimé leur souhait d'entreprendre pour et/ou avec le groupe ethnique<sup>233</sup> auquel ils se réfèrent. Bien que cette envie repose souvent sur une stratégie économique pragmatique, elle est parfois couplée à une forme de protestation culturelle, sociale, et/ou politique. Des entrepreneurs rencontrés utilisent leur origine géographique et/ou leur identité de personne noire pour nommer leur activité afin de renverser le stigmate négatif qui leur est généralement accolé. C'est le cas de la traiteuse de plats gourmets africains qui a intitulé son entreprise « Afrogourmet » pour s'opposer à l'imaginaire commun dépréciatif d'une nourriture africaine grasse et roborative. Les quatre entrepreneurs enquêtés qui vendent des produits cosmétiques destinés aux personnes métisses et noires sont aussi portés par des motivations pertinentes à souligner. Les personnes métisses et noires ne trouvent pas de produits adaptés à leurs besoins car le marché vend surtout des produits élaborés à partir du profil des personnes blanches. Parmi les quatre entrepreneurs, l'un d'eux revendique explicitement la posture contestatrice de son activité : il vise une clientèle communautaire pour mettre en valeur les minorités noires en refusant de vendre des « produits [d'éclaircissement] dégradants, merdiques, insultants » (février 2019). Il commercialise ses

---

233 Max Weber définit le groupe ethnique comme « ces groupes humains qui nourrissent une croyance subjective à une communauté d'origine fondée sur des similitudes de l'habitus extérieur ou des mœurs, ou des deux, ou sur des souvenirs de la colonisation ou de la migration, de sorte que cette croyance devient importante pour la propagation de la communalisation - peu importe qu'une communauté de sang existe ou non objectivement » (Weber, 1971, p.416)

crèmes cosmétiques dans une boutique située dans le centre-ville dionysien intitulée « Nofi » qui est la contraction des adjectifs « noir » et « fier ». Ouverte en 2018, la boutique propose des articles qui valorisent les populations noires issues de tous les continents. Visible dans l'espace public, sa vitrine donne à voir des produits d'artisans d'origine africaine, caribéenne, américaine. Aux côtés des produits de beauté adaptés, des vêtements et des accessoires en wax, et des épices variées, sont vendus des livres politiquement engagés.

*L'intérieur de la boutique Nofi*



Illustration 47: Les produits vendus à Nofi

*Réalisation : Loréna Clément, juin 2020.*

Produits de beauté aux ingrédients qui poussent sous un climat tropical, poupées et livres de coloriage qui représentent des enfants noirs, ou vêtements et accessoires en tissu wax sont autant d'articles créés par des artisans noirs qui sont vendus dans la boutique dionysienne. Au premier plan, les casquettes à l'effigie du continent africain rappellent l'enjeu d'une lutte de reconnaissance.

Se sentant appartenir à des groupes minorés comme les femmes, les habitants des quartiers, ou les personnes noires, des entrepreneurs rencontrés souhaitent les valoriser dans leur démarche entrepreneuriale. En plus de faire partie de ces groupes sociaux stigmatisés, certains considèrent qu'ils sont discriminés en tant que micro-entrepreneurs. Face à la concurrence des grandes entreprises et au rejet d'acteurs financiers et économiques, ils veulent aider l'ensemble des petits entrepreneurs à s'en sortir. Lors d'entretiens, les femmes gérant l'incubateur cosmétique, l'espace de coworking à domicile, le *marketplace* numérique dédié à la vente de produits artisanaux ethniques, et le site internet de mise en relation d'entrepreneurs ont chacune exprimé spontanément leur volonté de réduire l'isolement et de favoriser la coopération entre les micro-entrepreneurs pour qu'ils puissent exister sur le marché. Leurs projets d'activité visent à les soutenir économiquement et psychologiquement<sup>234</sup>. Par ailleurs, plusieurs entrepreneuses ont accompagné bénévolement des personnes suivies par la même structure qu'elles. Portées par une logique de solidarité envers les entrepreneurs menant des petits projets, elles ont accepté de témoigner lors d'événements et/ou d'être leurs mentors. C'est le cas de l'entrepreneuse qui propose du storytelling aux entreprises de la maison, de la traiteuse de plats algérois revisités, de la couturière et vendeuse de vêtements en wax, de la créatrice de l'incubateur cosmétique, ou encore de la créatrice du site internet de mise en réseau d'entrepreneurs.

### 2.2.1.2 De l'expérience personnelle à un engagement plus large

Si l'entrepreneuriat est d'abord un projet individuel, il engage parfois des enjeux collectifs par le partage d'expériences communes. L'engagement personnel et professionnel de certains entrepreneurs auprès des groupes minorés auxquels ils appartiennent les conduit à investir des problématiques qui dépassent leur propre vécu tout en étant liés à leur histoire. Par exemple, six personnes enquêtées qui travaillent dans le secteur cosmétique, textile, ou culinaire ont/envisagent des partenariats avec des coopératives africaines pour les valoriser financièrement et symboliquement. Elles sont d'origine africaine mais elles ne connaissent pas les travailleurs des coopératives. Si quelques-uns développent des formes d'engagement transnational, d'autres s'engagent au niveau local. C'est le cas de la créatrice de l'incubateur cosmétique avec le département de la Seine-Saint-Denis, mais aussi celui de l'enseignante qui propose des ateliers pédagogiques alternatifs.

« Si ça peut servir à réduire l'échec scolaire à l'échelle d'un quartier, pour moi ce serait une

234Le portage uniquement féminin de ces projets révèle un rapport genré à l'entraide.

*réussite* » (janvier 2019)

Cette entrepreneuse française de 44 ans, détentrice d'un master en français langue étrangère, mère d'enfants en bas âge, est accompagnée par la BGE dans le cadre d'Osez Entreprendre. Elle habite dans un QPV nantais où elle a implanté son local d'activité pour s'adresser d'abord aux « gens issus de quartier », c'est-à-dire aux enfants des classes populaires qui vivent aux alentours. Elle souhaite leur offrir des outils différents de ceux du système scolaire qu'elle juge inadapté à tous. Elle a établi des tarifs en fonction des quotients familiaux de ses clients pour rendre accessibles au plus grand nombre les cours qu'elle propose. L'engagement professionnel de cette entrepreneuse vis-à-vis des enfants des QPV repose sur une double expérience personnelle de mère qui vit en QPV et d'enseignante déçue par le système scolaire français. Il constitue cependant une exception au regard des projets des autres entrepreneurs enquêtés qui s'engagent explicitement peu, voire pas, à l'échelle des QPV.

Nonobstant cette motivation spatiale peu représentative<sup>235</sup>, l'entraide développée par les entrepreneurs rencontrés s'inscrit dans une logique sociale plus qu'une logique territoriale, même si les deux s'imbriquent souvent. Quelques rares individus expriment aussi une forme d'engagement politique en devenant entrepreneur. Leur reconnaissance sociale en tant que dirigeant d'entreprise leur procurerait la légitimité d'agir au profit des personnes et des territoires qui leur sont chers. Un porteur de projet congolais accompagné par la Miel souhaite par exemple obtenir une fonction politique dans son pays d'origine.

*« J'aurais aimé un changement politique des choses »* (décembre 2018)

Je discute avec deux porteurs de projet congolais d'une cinquantaine d'années, amis de longue date, qui vivent en France depuis plusieurs décennies, et qui sont accompagnés par la Miel pour la création d'une agence multiservices destinée aux expatriés africains. Cette dernière permettra le transfert de colis et de mandats ainsi que l'achat de billets d'avion pour les professionnels et pour les particuliers. La première antenne française sera implantée à Stains<sup>236</sup> et deux antennes congolaises seront situées à Pointe Noire et à Brazzaville. Avec leur agence, les deux entrepreneurs souhaitent gagner de l'argent tout en aidant leur communauté. L'un d'eux ajoute une motivation politique à son projet d'entreprise. Dans l'idéal, il veut améliorer sa situation personnelle et celle de son pays d'origine : « Parce que l'entreprise, ça serait « ma petite échelle ». Un petit changement économique des choses. Mais j'aurais aimé un changement politique des choses. Actuellement, ce n'est pas possible. Je te le dis direct, là-bas c'est.. c'est la mafia. C'est par ami, c'est par machin. Pas démocratique ». En devenant dirigeant d'entreprise, il pense acquérir les compétences, l'argent, et le réseau qui lui permettront de s'imposer sur la scène politique locale congolaise : « Je pars du principe que si tu sais diriger ton entreprise, tu peux diriger la ville ».

235 L'enseignante est la seule entrepreneuse enquêtée à affirmer que son activité économique est destinée au bien-être des habitants d'un QPV.

236 Stains est une commune de Seine-Saint-Denis où habite l'un des deux porteurs du projet.

La posture de cet entrepreneur dénote une forte estime de lui-même qui est mise au profit d'un intérêt commun. Elle illustre le fait que des personnes rencontrées mènent leur projet entrepreneurial pour aider les groupes avec lesquels ils partagent des expériences de minoration.

### 2.2.1.3 L'émergence de collectifs dans l'accompagnement entrepreneurial

L'enjeu de reconnaissance des groupes minorés se traduit dans la création individuelle d'activité de la part d'entrepreneurs enquêtés plus que dans la création de collectifs de lutte. Toutefois, des formes collectives émergent au sein des structures d'accompagnement étudiées. En organisant des moments dédiés aux entrepreneuses, ces dernières favorisent un processus de conscientisation collective sur la dimension genrée et inégalitaire de l'entrepreneuriat. Tandis que la journée « Créa au féminin » d'Osez Entreprendre est ouverte à tout le monde<sup>237</sup>, les soirées de femmes entrepreneuses de la Miel sont restreintes à ce public. Ces temps collectifs sont propices aux échanges interindividuels. Les femmes y partagent leurs difficultés d'entreprendre au quotidien, dont certaines sont liées à leur genre comme l'arbitrage permanent entre la charge domestique et la charge professionnelle. La mise en commun de leurs problèmes leur permet de prendre du recul, d'échanger des conseils pour les réduire, de valoriser leurs ressources. Bien que ces moments visent d'abord un épanouissement personnel en créant des bulles de réconfort et de soutien psychologique, ils deviennent parfois le lieu de critiques sociales relatives aux inégalités de genre. Lors d'une soirée organisée par la Miel, une participante a parlé de la « charge mentale » qui pèse sur les femmes (novembre 2018). L'une des deux intervenantes a rappelé que « derrière la réussite d'un homme, il y a toujours une femme », et la seconde a encouragé l'auditoire féminin à prendre confiance car « vous avez toutes autour de vous des imbéciles [hommes] qui ont réussi ». La communication de la Miel au sujet des moments dédiés aux entrepreneuses évolue d'ailleurs vers une valorisation de l'*empowerment* féminin, comme le montre l'image d'un courriel d'invitation à une séance prévue en mars 2021.

---

237 D'après la coordinatrice d'Osez Entreprendre, un seul homme a participé à cet événement en 4 ans.



Illustration 48: Une communication axée sur *l'empowerment* des femmes

L'invitation envoyée par la Miel met en valeur la dimension revendicatrice des moments collectifs organisés pour les entrepreneuses. En reprenant le titre d'une chanson de l'icône populaire féministe Beyoncé et le symbole combatif d'un poing levé sur un fond rouge, la structure d'accompagnement laisse imaginer une journée d'*empowerment* collectif qui entend renforcer le pouvoir des femmes dans la société.

Si les temps communs organisés par les structures étudiées participent à la naissance d'une conscientisation collective, des formes collectives émergent aussi sur l'initiative de personnes accompagnées. A la Miel, un groupe informel d'entrepreneurs s'est constitué pour parer le sentiment de solitude lié au travail à domicile. Ses membres échangent sur les réseaux sociaux et se retrouvent parfois en dehors de leur structure d'accompagnement pour partager un café et des conseils. Ce groupe informel ne concerne toutefois qu'une dizaine d'entrepreneurs, n'a pas d'équivalent à Osez Entreprendre, et ne porte pas de revendication politique.

Malgré la prééminence des dimensions individuelle et économique dans la démarche et l'accompagnement entrepreneuriaux, des formes d'engagement en faveur des groupes discriminés se constituent dans les projets d'activité. Les expériences partagées de minoration façonnent les appartenances des entrepreneurs enquêtés. Mais l'émergence d'une conscience collective ne conduit pas nécessairement à des dynamiques collectives de transformation sociale et politique.

## 2.2.2 *Un empowerment collectif limité*

### 2.2.2.1 Une concurrence au sein des entrepreneurs discriminés

L'expérience minoritaire ne mène pas forcément à des formes d'entraide, d'autant plus en entrepreneuriat où la notion de concurrence est mise en exergue. Au contraire, elle peut créer des divisions au sein d'un groupe minoré dans lequel existent des logiques de domination. Des personnes enquêtées sont traversées simultanément par une volonté de coopération et un sentiment de défiance, comme la traiteuse de plats gourmets africains.

*« J'en ai eu des vertes et des pas mûres, mais toujours de la part des noirs » (septembre 2019)*

Pendant notre deuxième entretien, l'entrepreneuse affirme être « très très black power ». Ses expériences difficiles en tant que femme, noire, et pauvre l'incitent à vouloir aider les personnes auxquelles elle s'identifie. Par exemple, elle développe des projets d'activité dans « [s]on bled » à Abidjan. Elle ajoute pour autant être « black power où je vais m'entourer de tout le monde ». Dépréciant les clubs d'entrepreneurs ivoiriens ou féminins, elle choisit de rejoindre un Rotary<sup>238</sup> parisien où elle est la seule femme noire parmi des hommes blancs d'âge mûr : « Que des blancs, des vrais entrepreneurs, des vrais chefs de machin. Des vrais patrons. Et toi, tu es là, tu rentres dans le club comme ça ». En intégrant ce club, elle a le sentiment d'intégrer les réseaux de pouvoir qui apportent des opportunités économiques et d'acquérir une reconnaissance professionnelle et sociale. Guidée par la même logique, elle privilégie une clientèle blanche « bobo » car celle-ci détient le plus fort pouvoir d'achat. A l'inverse, elle critique les clients noirs qu'elle juge trop exigeants. Elle me raconte des expériences humiliantes qu'elle a vécues de leur part. Par exemple, elle a livré un buffet de petit-déjeuner pour une grande entreprise de cosmétiques. A peine arrivée, elle est « cachée » en cuisine par la salariée noire qui organise le repas car « je n'ai pas le charisme, pas la dégainé qu'il faut ». Un cuisinier « charismatique, bel homme » présente sa cuisine au public à sa place. La prestation achevée, la traiteuse reçoit un appel de la salariée qui dresse un bilan négatif de la qualité de ses plats. Elle me dit avoir « déprimé une semaine. Je suis restée enfermée chez moi à pleurer ». En tenue habillée, elle décide de relivrer gratuitement l'entreprise pour prouver ses compétences et modifier son image dévalorisée par la salariée noire : « toi, tu es chez Guerlain, tu as ton fixe, tu es toujours partante, tu as le temps, tu n'as

238 Le Rotary est une association internationale fondée en 1905 qui regroupe plus de 35 000 clubs. Elle entend faire progresser la paix dans le monde en développant des programmes aux thèmes variés.

pas d'enfant, tu n'as pas de ci. Moi je suis là avec ma petite entreprise, j'ai mes gosses, j'ai mes galères, j'ai mes machins, je suis en train de me battre ». Recevant des compliments de la part des personnes présentes, elle vit la seconde livraison comme une revanche. Ayant le sentiment d'être reconnue en tant qu'entrepreneuse, elle prend une posture de supériorité par rapport à la salarié : « C'est là que tu comprends que la meuf est tellement torturée à son taff que, si ça se trouve, ça la fait chier de te voir toi accepter de te battre, toi te dire : « Ouais, tu es une femme, tu es célibataire, tu as des enfants, mais tu veux un truc, tu veux un machin et tu feras tout pour avoir ton truc ». Et c'est vrai que tu as des gens qui sont tellement frustrés dans leur vie, tellement frustrés dans leur machin, que c'est facile de taper sur les autres ». Selon elle, cette frustration est très présente « dans notre communauté [noire]. Tu vois, c'est qu'on est très durs entre nous. Et tu en as qui vivent des vies qu'ils n'acceptent pas, mais ils la vivent. Et au fond d'eux, c'est pas ce qu'ils auraient aimé, mais ils n'ont pas le cran de sauter le pas [...] Tu es chez Guerlain et tu es obligée de jouer un rôle parce que tu fais partie des seules noires et que tu es obligée de garder un standing ». Alors que la traiteuse déplore l'humiliation qu'elle a reçue de la part d'une autre femme noire en expliquant que cette dernière tentait d'échapper à l'image de sa propre condition sociale subalterne en la dépréciant, elle fait de même pendant l'entretien en dévalorisant la position professionnelle de la salariée. Son récit révèle une tension entre une volonté d'aider les personnes infériorisées comme elle et une envie de s'en distinguer pour ne plus y être assignée.

D'autres entretiens exposent cette relation duale au groupe minoré qui est traversé par des dynamiques de hiérarchisation et d'exploitation. Les entrepreneurs enquêtés sont tiraillés entre une logique de solidarité et une logique de différenciation en faveur de leur ascension sociale individuelle. Cette dernière limite le processus d'*empowerment* collectif.

#### 2.2.2.2 Un pouvoir réduit

Les observations nuancent l'image d'une approche radicale de l'*empowerment* des femmes qui est affiché dans la communication de la Miel. Ces temps communs de libération de la parole permettent aux femmes de se rassurer quant à leur propre démarche entrepreneuriale sans conduire à une conscience collective qui vise le changement social. Ils ne créent pas de processus de politisation. Durant une soirée, les intervenantes ont légitimé les codes masculins qui régissent le monde de l'entrepreneuriat en encourageant les participantes à « réfléchir comme un homme » pour développer leur entreprise (novembre 2018). Ce constat est également visible lors de l'événement « Créa au féminin » d'Osez Entreprendre. Les contenus des formations proposées correspondent aux thèmes habituels de l'accompagnement à la création et au développement d'activité : « se poser les bonnes questions », « trouver la bonne idée », « prendre la parole en public » (novembre 2019). Ils n'offrent pas d'angle critique sur la manière genrée d'entreprendre. Dans ce cadre, je rejoins les analyses de deux chercheuses en communication qui mettent en valeur les contradictions présentes dans

l'expérience d'*empowerment* d'entrepreneuses états-uniennes. En s'appuyant sur une vingtaine d'entretiens, Majia Nadesan et Angela Trethewey montrent que les entrepreneuses enquêtées sont conscientes que leur genre influencent et limitent leur activité. Pour autant, elles s'adaptent aux normes genrées inégalitaires qui structurent l'entrepreneuriat. Leur contestation est ténue (Nadesan, Trethewey, 2000).

En outre, les structures étudiées ne consacrent pas de temps collectifs à d'autres profils entrepreneuriaux discriminés que celui des femmes. Les actions de la Miel et d'Osez Entreprendre répondent avant tout aux politiques publiques nationales qui soutiennent l'entrepreneuriat féminin dans un contexte où 4,5 % des actives occupées en QPV sont des travailleuses indépendantes contre 7,8 % dans les unités urbaines englobantes (ONPV, 2021).

Par ailleurs, les entrepreneurs n'ont pas de rôle décisionnaire sur le fonctionnement de leur structure d'accompagnement. A la Miel, ils sont mal représentés dans les instances du conseil d'administration. Ils constituent le troisième collège qui compte moins de membres que les deux autres. Il possède 4 places, contre 8 places pour le collège des partenaires, et 17 places pour le collège des élus locaux. Une entrepreneuse qui y a siégé pendant un an regrette cette absence de pouvoir. Elle n'a pas souhaité renouveler sa candidature car elle s'y sentait inutile : « Ouais j'ai arrêté parce que c'est pareil en fait, j'y allais et... j'ai été transparente avec [la directrice de la Miel], je lui ai dit : « Écoute, je ne sais pas ce que j'apporte, donc je m'ennuie ». [elle rit] Les premières réunions, ça m'a intéressée parce que j'arrivais à savoir ce qui ne se décide pas et ce qui se décide [elle rigole] ou pas. Les enjeux. C'est intéressant. Mais une fois, ouais, passé la première année, après, voilà. On ne nous demande pas d'intervenir en fait. On fait acte de présence parce qu'il faut un mix d'entrepreneurs et de politiques. Et d'acteurs de la Miel en tant que salariés. Après nous, on n'a pas, on entend des choses, on peut tout à fait donner notre point de vue, c'est libre d'expression, mais après, voilà » (octobre 2019). D'après ces dires, les entrepreneurs font office de vitrine sans détenir de pouvoir. C'est ce qu'illustrent aussi les Rencontres PCP – La Miel durant lesquelles seuls les élus locaux et les dirigeants des grandes entreprises ont pris le micro.

La démarche entrepreneuriale repose sur des formes d'engagement personnel constituées à partir des expériences vécues par les individus. Ces derniers sont parfois mus par des logiques d'entraide en faveur des groupes minorés auxquels ils appartiennent. Leur solidarité prend forme dans leur projet d'activité. Néanmoins, elle ne conduit pas à la formation de groupes

protestataires destinés à modifier les structures sociales. L'émergence d'une conscience collective permet plutôt d'améliorer l'existence quotidienne en partageant les expériences personnelles.

## Conclusion

Ce sixième chapitre a étudié le processus d'*empowerment* par l'entrepreneuriat en analysant les expériences des entrepreneurs et des conseillers des structures d'accompagnement étudiées.

En reprenant la typologie évoquée en introduction de la troisième partie, la vision hétérotopique prévaut. Le processus d'*empowerment* est limité à une dimension capacitaire et individuelle. L'accompagnement entrepreneurial vise à augmenter les compétences et les ressources des personnes pour renforcer leur capacité d'action. La démarche entrepreneuriale renforce leur autonomie car elle leur permet de renverser leurs identités assignées dévalorisantes et d'être reconnus socialement en tant qu'entrepreneurs. Bien que leurs expériences communes de minoration débouchent parfois sur l'émergence d'une conscience collective et des logiques d'entraide, elles n'aboutissent pas à la formation d'une critique politique collective. Il s'agit avant tout d'améliorer ses conditions de vie au sein de la société actuelle. Cette finalité place des entrepreneurs dans une tension entre la valorisation de leurs différences et l'acculturation aux codes formels de l'entrepreneuriat. Ils souhaitent la reconnaissance des groupes minorés auxquels ils appartiennent mais s'en distinguent pour tenter de rejoindre les acteurs dominants de l'entrepreneuriat. S'ils obtiennent une forme de reconnaissance, celle-ci reste donc fragile et les inégalités structurelles demeurent.

Visibles dans leur pratique entrepreneuriale, les dynamiques d'engagement des personnes rencontrées invitent à interroger la construction de leur rapport au travail. Ce thème fait l'objet du chapitre suivant qui questionne la portée émancipatrice du travail entrepreneurial.

# CHAPITRE 7 : DES EXPÉRIENCES DE TRAVAIL ENTRE LIBERTÉ ET CONTRAINTE

Le chapitre 7 analyse le rapport au travail des entrepreneurs rencontrés en interrogeant ses effets en termes d'*empowerment*.

Il s'agit de demander en quoi leur travail entrepreneurial quotidien est conçu et pratiqué comme un acte de liberté ou comme un acte contraint, dans un contexte de mutation du travail salarié. Plus globalement, il s'agit de voir en quoi ce travail affecte leur parcours de vie et leur rapport au monde social.

Le chapitre mobilise une approche féministe pour repenser les systèmes de valeurs associés à l'entrepreneuriat et au travail. Il s'appuie sur les expériences vécues d'individus minorés, nombreux en QPV.

La première section questionne les valeurs que les personnes enquêtées confèrent à leur démarche entrepreneuriale. La deuxième section précise leur rapport au travail qui advient dans leurs pratiques entrepreneuriales.

# 1 Une appropriation personnelle des mythes de l'entrepreneuriat

## 1.1 La critique d'un entrepreneuriat idéalisé

### 1.1.1 La remise en cause de la start-up nation

#### 1.1.1.1 Des entrepreneurs qui ne se sentent pas représentés

*« Franchement, start-up nation, ça commence à me les gonfler sévère. Vraiment. Vraiment »  
(novembre 2019)*

Ce propos véhément est porté par une femme française de 41 ans accompagnée par la Miel, jeune mère en reconversion professionnelle, titulaire d'un master en gestion d'entreprise, qui propose des chorales aux entreprises. Elle ne se sent pas appartenir à la communauté des startupper. Ce sentiment est partagé par d'autres personnes rencontrées qui s'opposent aux discours assimilant l'entrepreneuriat à l'innovation technologique et la croissance économique. En porte-à-faux, elles exposent la simplicité de leurs actions entrepreneuriales quotidiennes comme la traiteuse de plats gourmets africains qui se présente comme une « nana qui coupe des tomates, des oignons, de la banane plantain » (septembre 2019). Elle se différencie de ceux qui « parlent de nouvelles technologies ». Suivant la même logique, le créateur du site internet destiné aux profils professionnels atypiques ne souhaite pas rejoindre un incubateur pour « garder la tête froide » (octobre 2018). Il critique l'image idéalisée des start-ups qui ont tendance à « se voir plus beau qu'on ne l'est ». Il préfère agir à son échelle en ayant conscience des limites de son activité. L'absence d'appartenance au mouvement start-up conduit ces entrepreneurs à se sentir délaissés par les acteurs publics qui soutiennent la création et le développement d'activité, comme le révèlent les propos du créateur du site internet : « C'est un peu agaçant, parce qu'il n'y en a justement que pour ça [il rit]. Alors que derrière ça, il y a des milliers d'entrepreneurs qui vivent très bien, ou qui se battent au quotidien, et qui ne sont pas mis en avant parce qu'ils ne font pas partie de la tech. C'est une volonté du gouvernement aussi ». Le financement des pouvoirs publics au profit de certaines formes d'entrepreneuriat défavoriserait les activités traditionnelles, comme l'estime la créatrice de la plateforme numérique de vente de produits artisanaux : « soit c'est dans la tech quand tu es start-up, soit tu fais du végan et du bio, et là tu es aidée. Et si tu fais un autre truc qui sorte de ça, un kebab, ou un tacos, ou quoi, ça y est, toi, tu te débrouilles par toi-même » (octobre 2018). En valorisant une image du développement économique fondée sur des projets technologiques et/ou à impact socio-environnemental, à potentiel de croissance, les pouvoirs publics apparaissent en décalage avec les expériences vécues par la majorité des entrepreneurs rencontrés.

Comme l'exposent ces postures réprobatrices, plusieurs entrepreneurs enquêtés récusent

explicitement la survisibilisation des start-ups par rapport aux entreprises dites traditionnelles. Ils ne partagent pas certaines valeurs qui sont assimilées à l'entrepreneuriat telles que la création de valeur économique, l'opportunité d'affaires, l'innovation, ou encore la croissance et la rentabilité économiques<sup>239</sup>. L'aide financière publique accordée aux start-ups leur donne l'impression d'être abandonnés par les acteurs politiques et de devoir se débrouiller seuls<sup>240</sup>. Leur sentiment d'être ignorés, voire méprisés, contrevient à leur attente de reconnaissance sociale. Ces critiques ne sont toutefois pas prononcées par tous. Elles ont été émises par des entrepreneurs accompagnés par la Miel qui sont acculturés au vocabulaire de l'entrepreneuriat. A l'inverse, aucun entrepreneur d'Osez Entreprendre n'a utilisé le terme de start-up pendant les entretiens<sup>241</sup>. Cette absence révèle que le discours de la « start-up nation » n'atteint pas l'ensemble de la population vivant en France. Par ailleurs, les entrepreneurs qui ont utilisé le terme ne l'ont pas forcément employé à bon escient. Par exemple, la créatrice de l'incubateur cosmétique a défini la start-up selon le critère de jeunesse sans citer celui de la performance. Cette définition tronquée illustre le flou qui entoure ce phénomène. Elle permet aussi à la créatrice de s'y affilier pour valoriser son projet auprès de potentiels financeurs.

#### 1.1.1.2 Des conseillers qui critiquent une déconnexion à la réalité du terrain

Les conseillers enquêtés dissocient aussi les entrepreneurs qu'ils accompagnent du mouvement des start-ups. C'est le cas du gérant de la Pépinière de la Courneuve lorsqu'il évoque les entrepreneurs de la Miel. Contrairement aux entreprises technologiques à potentiel de développement qu'il héberge, « ces gens-là qu'on soutient dans l'entrepreneuriat, ils sortent en fait des radars sociaux. [...] On montre souvent que le taux d'entrepreneuriat a explosé. C'est hyper bien, on est dans une start-up nation. Mais quand on revient à la réalité, derrière, c'est compliqué » (avril 2018). La visibilité accordée aux start-ups masque la modestie de la majorité des entrepreneurs et de leurs activités. Les conseillers rencontrés s'adaptent aux compétences et aux besoins des personnes qui les entourent en modifiant les dispositifs génériques qui sont établis à l'échelle nationale et qui ne leur correspondent pas. Le conseiller de la Miel en charge des TPE de plus d'un an a ainsi réécrit le questionnaire du

---

239 Ces valeurs ne concernent pas non plus la majorité de l'entrepreneuriat en France, qui repose principalement sur des activités économiques traditionnelles au développement réduit (Grossetti et al., 2019).

240 Trois sociologues qui étudient l'innovation ont d'ailleurs publié un article en ligne dans lequel ils critiquent la focalisation des politiques publiques sur les start-ups. Celles-ci ne seraient pas plus profitables à l'économie que les initiatives ordinaires. Ils préconisent de redistribuer les soutiens financiers publics à l'avantage de ces dernières (Grossetti et al., 2019).

241 Cet écart s'explique en partie par la différence des profils entrepreneuriaux entre la Miel et Osez Entreprendre. Tandis que la première vise un développement économique local par des projets qualitatifs, le dispositif nantais envisage les entrepreneurs qu'il accompagne selon un objectif d'insertion socio-professionnelle.

Moovjee consacré au mentorat car : « le vocabulaire un peu trop start-up, un peu trop « école de commerce », un peu trop, tu vois ? Ça ne résonne pas forcément chez nous » (mai 2018). Certains critiquent ouvertement l'absence de reconnaissance des expériences vécues par les entrepreneurs des QPV de la part des acteurs publics nationaux. C'est le cas de l'ensemble des conseillers d'Osez Entreprendre qui a contesté d'une même voix la posture de la BPI lors d'une réunion menée par un cabinet d'études mandaté par l'organisme national pour évaluer leur dispositif. Quand le mandataire a demandé quels sont « les sujets qui fâchent », les conseillers ont reproché l'approche « business » et « marketing » de la BPI qui valorise des projets technologiques à potentiel de développement au détriment des projets traditionnels de petite ampleur qui constituent la réalité entrepreneuriale des QPV de l'intercommunalité nantaise (mars 2020). Cette posture critique révèle leur crainte de perdre leurs moyens d'accompagner tous les types d'activité, alors que les financements publics d'Osez Entreprendre s'achèvent en 2020<sup>242</sup>. Ils redoutent un fléchage monétaire de la BPI au profit des structures qui accompagnent les projets à forte croissance économique et/ou jugés innovants. Face à la mise en valeur nationale de types d'activité qui sont minoritaires en QPV, ils montrent le caractère ordinaire de l'entrepreneuriat pour légitimer la posture professionnelle des personnes qu'ils suivent et pour encourager des individus à franchir le pas de la création d'entreprise en se demandant « pourquoi pas moi ? ». Les conseillers d'Osez Entreprendre ont payé un prestataire pour tourner trois vidéos durant lesquelles des personnes qu'ils ont accompagnées décrivent leur projet d'activité, leurs motivations personnelles, les difficultés rencontrées, et l'aide apportée par les acteurs publics. Ces vidéos sont destinées aux partenaires institutionnels et aux habitants pour les sensibiliser à la réalité entrepreneuriale des QPV. La Miel produit aussi des supports de communications dans lesquels les entrepreneurs qu'elle suit présentent leurs expériences vécues. Ces films sont diffusés pendant des événements publics et sur les réseaux sociaux de la structure d'accompagnement.

La majorité des entrepreneurs et des conseillers enquêtés contestent une assimilation de l'entrepreneuriat au mouvement start-up dont le récit et les valeurs s'éloignent de leurs pratiques entrepreneuriales. Sa valorisation publique limite leur reconnaissance professionnelle et sociale. Elle cache aussi les difficultés quotidiennes auxquelles ils font face.

---

242 L'appel à projet s'étendait sur trois ans, de 2018 à 2020.

## 1.1.2 *Le réveil du rêve entrepreneurial*

### 1.1.2.1 La souffrance cachée de l'entrepreneuriat

La totalité des entrepreneurs rencontrés s'oppose à l'image qui perce dans les discours publics d'une expérience entrepreneuriale fondée sur l'enchantement. Au contraire, ils insistent sur les difficultés qui structurent leur parcours de création d'activité. Ces difficultés occasionnent une souffrance qui constitue un sentiment sous-jacent de leurs propos. Les expressions « les débuts étaient pas faciles », « ce n'est pas toujours facile », « les premiers temps étaient durs », « il faut dire que ça n'a pas été facile » ponctuent le récit de la gérante du salon d'esthétique lorsqu'elle évoque le manque de clients, de travail à partager avec son employée temporaire, ou de soutien de son mari (novembre 2018 et mai 2019). Il en va de même avec l'organisatrice de mariages multiethniques qui expose ses multiples peines à entreprendre seule, à gérer son temps et son budget, à trouver des clients, ou encore à être légitime à ses yeux et aux yeux de son entourage : « c'est difficile pour moi d'être partout, sur tous les fronts », « le fait d'être seule aussi, ce n'est pas facile », « c'est difficile. C'est difficile parce qu'en fait, il faut savoir se recentrer sur tes priorités », « trouver, toucher son public, c'est difficile », « et affronter, vivre au quotidien avec les difficultés de l'entrepreneuriat », « au niveau de la famille, ce n'est pas forcément facile à gérer », « ça devient encore plus difficile je pense », « les difficultés que je rencontrais, baisse de motivation, baisse de confiance aussi, j'avais peur de tomber en dépression parce que du coup tout ça, ça n'allait pas » (octobre 2018 et mars 2019). Plusieurs entrepreneurs emploient même le mot « sacrifice » pour caractériser leur démarche entrepreneuriale. C'est le cas d'un entrepreneur du BTP suivi par la Miel. Cet homme, noir, autodidacte, de 52 ans, qui a créé son activité 7 ans auparavant, déclare : « C'est beaucoup de sacrifices. C'est énormément de sacrifices. Les gens, quand ils se lancent dans l'entreprise... » (novembre 2018). Ces propos fondés sur leurs expériences vécues révèlent la part sombre de la création d'activité que des chercheurs donnent à voir dans leurs travaux. Ils récuse son caractère idéalisé qui est conjointement construit par les discours d'universitaires en sciences de gestion et par les discours d'acteurs qui portent les politiques publiques entrepreneuriales. Alessandra de Sa Mello da Costa et Luiz Alex Silva Saraiva analysent les valeurs associées à l'entrepreneuriat dans une soixantaine de discours d'acteurs institutionnels et d'étudiants sur le fonctionnement des junior-entreprises brésiliennes<sup>243</sup>. Ils montrent le silence majoritaire des étudiants face aux sacrifices personnels que nécessitent leur démarche

243 La junior-entreprise est une association implantée dans un établissement d'enseignement supérieur qui aide les étudiants à monter des projets économiques.

entrepreneuriale, alors qu'ils racontent ne pas être payés et mettre leur vie sentimentale de côté. Ce silence est exhorté par un contexte idéologique où l'entrepreneuriat est publiquement présenté comme un modèle souhaitable qui génère des richesses dans la société (Da Costa, Silva Saraiva, 2012). Cette enquête brésilienne révèle le caractère co-construit et international de l'idéalisation de l'entrepreneuriat, à laquelle les personnes enquêtées adhèrent avant d'en vivre la désillusion.

Leur douleur à entreprendre est accrue par le décalage entre leurs attentes investies dans la création d'activité et la réalité de leurs expériences. Leur méconnaissance initiale des efforts à déployer renforce leurs peines. Encouragées par l'aspect embelli de la démarche entrepreneuriale, elles se lancent sans être conscientes des ressources nécessaires, comme le montrent les propos de l'entrepreneur du BTP : « En tout cas, on rencontre beaucoup de gens qui se lancent dans l'entreprise : ils découvrent. Nous-même, on a découvert vraiment ce que ça demandait en énergie, en temps. [...] Et c'est vrai que beaucoup d'entrepreneurs n'ont pas cet aspect-là des choses. Et ils se rendent compte que c'est dur d'être entrepreneur [...] ce n'est pas tout le monde qui va faire une entreprise, qui va faire des millions d'un coup. C'est du baratin. Et à un moment, on souffre. On souffre, et tout le monde passe par là » (novembre 2018). Les discours publics incitatifs mettent souvent en valeur la fin du processus entrepreneurial en omettant la description de ses étapes intermédiaires : « En fait, on voit le succès des gens, on se dit : « Ouah ! Le mec y est arrivé ». Mais la partie difficile, et sacrificielle, et tout, on ne la voit pas. On voit, on découvre sur le tas ». La longue expérience de l'entrepreneur du BTP lui permet aujourd'hui de prendre du recul vis-à-vis de ces discours enjoliveurs. C'est aussi le cas de la traiteuse de plats gourmets africains qui a créé son entreprise 10 ans plus tôt.

*« Moi je dis : entreprendre, c'est crever la bouche ouverte » (février 2019)*

L'entrepreneuse ne mâche pas ses mots contre les acteurs politiques qu'elle juge trompeurs car leurs discours cachent les difficultés de la création et du développement d'entreprise : « On ne parle pas aux gens qu'il faut être au taquet sur les réseaux sociaux. [...] Donc si jamais, aujourd'hui, tu n'es pas au taquet, tu ne fais rien, demain les gens vont te prendre ta place. Tu vois ? Il y a tellement de choses qu'on ne nous dit pas sur l'entrepreneuriat. Non, il faut dire aux gens que tu vas crever la bouche ouverte. [...] On vend du rêve aux gens à dire : « Tu peux, tu peux. Ose ». Mais ils oublient de dire aux gens : « Tu vas crever la bouche ouverte. Tu vas galérer ». Tu vas rentrer chez toi, tu vas pleurer. Tu vas ouvrir ton frigo, il sera vide. Tu auras bossé un mois entier, mais ton frigo est vide. Ton compte bancaire est à 0 alors que tu as bossé. Ça, je trouve ça... ». La phrase laissée en suspens dénote un sentiment de frustration et de colère face à la duperie dont elle se sent l'objet : « C'était un peu comme si on te vendait de la poudre aux yeux. Pour moi, c'est un peu de la poudre aux yeux : « Venez ! Vous pouvez faire ci, et faire ça ». En plus

de se sentir trompée, la traiteuse s'est sentie abandonnée par les acteurs publics qui l'ont persuadée d'entreprendre : « C'est bien d'inciter les gens mais c'est quoi les solutions ? C'est quoi que tu leurs mets à disposition ? [...] Mais ouais, on peut, mais c'est quoi les moyens que tu me donnes ? C'est bien de me dire de venir à tel endroit parce que tout est possible, mais quels sont les moyens pour que tout soit possible ? ». Elle juge cette tromperie d'autant plus dangereuse pour les personnes en situation précaire car celles-ci font face à des difficultés plus grandes, faute de ressources initiales. L'acte d'entreprendre peut les précariser davantage. Forte de son expérience passée, elle déclare : « Au démarrage, ton projet, il vaut tant, il faut tant. Donc tu prends un crédit là, un crédit là, un crédit là ». Et je fais comment pour payer le crédit ? Si j'ai pas de client. Au début, j'aurai pas de client. C'est angoissant. Et je me rends compte qu'on dit énormément ça aux gens : « Prenez. Tu complètes ton crédit avec ça, via ça ». Mais on ne peut pas tous prendre de crédit. Il y a pleins de nanas qui, soit parce qu'elles sont en séparation, soit elles ont des gosses, soit elles ont un manque d'assurance... Tu leur dis d'entreprendre, tu leur vends du rêve. Elles vont le faire. Et au final, c'est quoi les outils ? ». Consciente des inégalités sociales à entreprendre pour les avoir elle-même vécues, elle se sent légitime à critiquer les discours idéalisateurs. Sa réussite à développer une entreprise pérenne malgré une situation socio-économique précaire la rend d'autant plus fière du chemin parcouru.

L'invisibilité des difficultés entrepreneuriales dans les discours politiques publics est aussi le fruit des témoignages d'entrepreneurs issus des quartiers populaires auxquels les habitants de ces territoires accordent du crédit car ils s'y projettent. Lors du BIG, les producteurs de musique et de vêtements *streetwear* font figure de rôles modèles. Narré en occultant leurs souffrances, le récit de leur réussite entrepreneuriale procure de l'espoir et des illusions à l'auditoire. En entreprenant, les individus enquêtés découvrent les facettes négatives de la création d'activité qu'ils n'avaient pas envisagées. Plusieurs m'ont affirmé qu'ils n'auraient pas tenté l'expérience s'ils en avaient été avertis. Par ailleurs, certains se jugent responsables de leurs difficultés car ils n'ont pas conscience que celles-ci sont inhérentes à l'entrepreneuriat, en l'absence de discours publics qui les exposent. Ils se sentent incompetents et fautifs. C'est le cas de la vendeuse d'objets décoratifs marocains qui a peu confiance en elle : « l'entrepreneuriat, ce n'est pas fait pour moi [...] C'est dur hein, c'est très dur. On gagne très mal sa vie. C'est beaucoup de travail. C'est dur quoi » (octobre 2019). Elle se rend coupable de ses échecs alors que ceux-ci relèvent d'inégalités structurelles.

### 1.1.2.2 Une expérience vécue en double teinte

Face aux difficultés et à la lenteur du processus entrepreneurial qu'ils découvrent en s'y lançant, les individus rencontrés mobilisent l'optimisme pour se persuader de persévérer. Il s'agit de faire preuve d'endurance dans l'attente d'une amélioration de sa situation. Cet effort d'endurance est rendu possible par le besoin d'une reconnaissance sociale et par l'habitude de

supporter des situations précaires. C'est le cas de l'architecte en éclairage urbain qui est accoutumée à vivre avec 800 euros par mois. La lente et faible rémunération de l'activité entrepreneuriale n'est pas propre aux entrepreneurs des terrains d'étude. Elle caractérise l'entrepreneuriat en général et plus particulièrement le micro-entrepreneuriat. En 2011, 90 % des micro-entrepreneurs touchent moins que le Smic après 3 ans d'activité (Domens, Pignier, 2012)<sup>244</sup>. Toutefois, la résistance aux difficultés entrepreneuriales est contrastée en fonction des ressources que chacun peut mobiliser. Parmi les 19 personnes enquêtées que j'ai suivies pendant un an et demi, 8 sont contentes de l'évolution de leur projet et se montrent optimistes vis-à-vis de l'avenir, 6 continuent leur projet mais souffrent de leur situation, et 5 ont abandonné leur projet faute de moyens suffisants. Certaines d'entre elles envisagent de le reprendre ou d'en créer un autre plus tard, quand leur situation socio-économique sera meilleure, comme la vendeuse d'objets décoratifs marocains.

*« Je pense que c'est fini. Si je reprends, c'est par rapport à la cuisine » (octobre 2019)*

L'entrepreneuse a arrêté son projet après un an et demi de vains efforts. Elle est « fatiguée » physiquement et moralement de démarcher des clients et des partenaires commerciaux sans obtenir de résultat ni de rémunération. Même si elle déclare d'abord qu'elle quitte l'entrepreneuriat, l'échec de son projet ne l'empêche pas d'en imaginer un autre. Elle a remarqué que ses préparations culinaires plaisent et elle envisage de donner des cours de cuisine. Cette activité lui semble plus faisable et rentable que la précédente : « Partir sur des cours de cuisine, pour moi, ça fait moins de suivi. [...] Et puis je me disais, dans ma tête, les gens mangent 3 à 4 fois dans la journée. Ils ont besoin de manger, quoi. Alors que la déco, c'est un petit truc de temps en temps, et si on a les moyens ». Encore éprouvée par les désillusions et l'argent perdu, elle ne souhaite pas monter tout de suite ce nouveau projet. Elle veut se reposer et « penser à moi ». Malgré tout, la création d'entreprise reste dans un coin de sa tête car elle donnerait un sens à son parcours de vie : « En fait, j'ai envie de lancer un autre concept, les cours de cuisine, pour savoir. En fait, je voulais essayer. Je voulais essayer ».

Malgré l'ampleur des peines qu'elle décrit, la majorité des personnes enquêtées accepte les difficultés qu'elle endure car elle projette de nombreux espoirs dans la démarche entrepreneuriale. Bien qu'elles critiquent le discours idyllique en insistant sur le temps et les efforts qu'elle requiert, ces personnes entretiennent une forme d'optimisme vis-à-vis de la création d'activité car il faut y croire pour réussir et il est dur de renoncer à l'idéal de reconnaissance et d'ascension sociales qu'elle représente. La posture duale entre un réalisme du quotidien et un espoir dans l'avenir est visible dans les propos d'une prestataire de conseils

---

<sup>244</sup> Il convient toutefois de nuancer cette forte proportion. Elle s'explique en partie par la simplicité à créer une micro-entreprise qui n'oblige pas les individus à être actifs. En outre, une part importante d'entre eux crée une micro-entreprise comme activité complémentaire à un emploi salarié principal qui constitue leur première source de revenu.

en beauté et en bien-être accompagnée par Osez Entreprendre : « C'est très dur [elle rit]. Ça, je ne le cache pas. C'est hyper difficile. Il ne faut rien lâcher. Par contre, c'est une liberté que des gens qui sont dans un 35 heures ou je ne sais pas, un emploi lambda, n'ont pas, quoi, je pense. Donc c'est une liberté et en même temps une difficulté. Du moins au début. On verra dans trois ans où j'en suis. Tu vois, après, tous les autoentrepreneurs que j'ai rencontrés ces derniers temps, c'est des gens qui ont trois ans ou cinq ans de métier derrière eux. Et qui ont vraiment dit, qu'eux, ça s'est concrétisé au bout de 3 ans ou 5 ans. Donc il ne faut pas s'inquiéter et ne rien lâcher. Parce que c'est sûr que c'est des coups de mou hyper souvent » (janvier 2019).

En porte-à-faux de discours publics qui valorisent un entrepreneuriat technologique, à fort potentiel de croissance, et enchanteur, les conseillers et les entrepreneurs rencontrés exposent un entrepreneuriat de petite ampleur structuré par des obstacles. En dépit de l'invisibilité publique de leurs expériences laborieuses, la majorité des enquêtés persévère car leur démarche entrepreneuriale repose sur des aspirations qui leur sont chères et qui s'inscrivent dans un processus d'*empowerment*. Il convient de détailler ces aspirations.

## 1.2 Une réussite fondée sur l'épanouissement personnel

### 1.2.1 Vivre convenablement de son activité

#### 1.2.1.1 La réussite n'est pas le profit

La prestataire de chorales d'entreprise remet explicitement en cause la position de ses formateurs qui amalgament la réussite entrepreneuriale au profit monétaire. Elle ne se reconnaît pas dans cette image du succès qu'elle juge réductrice.

*« je me suis jamais posée la question de savoir si j'ai envie d'un hélicoptère ou pas »  
(novembre 2019)*

Lors d'une seconde discussion dans un café, l'entrepreneuse raconte deux formations de la Miel qui portent sur le profil de l'entrepreneur et sur le webmarketing durant lesquelles les intervenants ont associé la réussite entrepreneuriale à la fortune économique. Le premier intervenant, un consultant d'une cinquantaine d'années qui se désigne comme « coach d'affaires », assimile l'ambition entrepreneuriale à l'envie de gagner beaucoup d'argent : « il me dit : « Si vous faites ça pour gagner 2 000 balles par mois, ce n'est pas la peine ». Le

second intervenant, un expert des réseaux sociaux d'une trentaine d'années, déclare quant à lui que : « dans ma vie, je veux gagner suffisamment d'argent pour que ma femme ne travaille pas si elle décide de ne pas travailler ». Son objectif est d'être « rentable avec le moins de temps possible passé à la faire » pour « faire de l'argent ». En suivant sa logique, il conseille à l'entrepreneuse de proposer des formations de chant en ligne plutôt que des chorales physiques car : « si tu le fais sur internet, tu vas toucher plus de gens. Tu l'enregistres une fois, tu la vends 100 fois. Alors que quand tu vas faire une intervention dans une entreprise, tu la vends une fois ». L'entrepreneuse est d'abord « ravag[ée] » par les discours des intervenants qu'elle considère comme des détenteurs du savoir. Leurs propos sapent sa légitimité entrepreneuriale car elle estime qu'un revenu mensuel de 2 500 euros est une « fête ». Puis, elle s'offusque de l'idée que « ce qui compte, c'est d'être hyper rentable, de gagner beaucoup d'argent. Et si ce n'est pas ça, ça ne vaut pas le coup, cette histoire de premiers de cordée où il faut être le premier sinon ça ne vaut pas le coup ». Elle s'oppose après coup au premier formateur qui lui a demandé combien de maisons et d'hélicoptères elle souhaitait posséder et construit sa propre définition de la réussite entrepreneuriale. Elle affermit sa position en porte-à-faux : « je n'ai pas envie qu'on me dise, du coup : « Est-ce que ta minute est rentable ou pas ? ». Donc c'est plus... Je ne dis pas que je ne veux pas réussir. Ce n'est pas... Ce n'est pas la question. Mais qu'est-ce que tu mets dans la réussite après ? ».

La posture de l'entrepreneuse illustre les écarts de valeur qui existent entre des personnes qui entreprennent et certains acteurs institutionnels qui les accompagnent. Des travaux en entrepreneuriat montrent que la réussite entrepreneuriale a généralement été associée à la maximisation du profit par des chercheurs qui mobilisent la théorie économique néoclassique (Janssen, Schmitt, 2011 ; Ahl, 2004). Cette association est reprise par un ensemble de politiques publiques. Par exemple, l'Adie a lancé une campagne de sensibilisation à l'entrepreneuriat intitulé « Parlons Cash » en région Île-de-France à la fin de l'année 2019. Dans la gare de Saint-Denis, deux panneaux publicitaires ont assimilé la réussite entrepreneuriale au gain financier en énonçant : « oseille, lovés, ronds, biff, genhar, maille. Vous savez en parler. Nous savons écouter » et « Un lové est un lové » pour attirer l'attention des usagers. Pour autant, l'argent n'est jamais exprimé comme la première aspiration à entreprendre des individus enquêtés. Il est affirmé comme aspiration secondaire dans 6 cas sur 27. Leur décalage avec le discours commun conduit des entrepreneurs rencontrés à défendre leur vision de la pratique et de la réussite entrepreneuriales qui se dégagent de l'objectif de rentabilité.

### 1.2.1.2 L'argent hors de portée ?

Dans le cas de la prestatrice de chorales d'entreprise, la dimension artistique du projet renforce sa distance à la motivation pécuniaire. Chez d'autres entrepreneurs, cette distance est

en partie influencée par une forme de réalisme. Leur situation socio-économique contrainte en incite certains à atténuer leur ambition. Des formateurs cherchent à parer cette auto-censure pour favoriser la réussite des projets qu'ils accompagnent en diffusant le discours de l'entrepreneuriat méritocratique accessible à tous : « il ne faut pas se mettre trop de limites, parce que quand on a des croyances limitantes, du coup, après, on se tire des balles dans le pied. [...] Tu sais, le côté « quand on veut, on peut », le côté « il faut avoir des grands rêves parce qu'il faut viser la lune » car « que sans ça, si tu n'as pas suffisamment d'ambition, ou en tout cas pas assez de rêve [...], si tu n'as pas de vision tu n'arriveras pas. »<sup>245</sup>. Bien que les entrepreneurs s'imprègnent de ces propos, la conscience de leur situation précaire les conduit parfois à adapter leurs désirs de manière pragmatique. Globalement, ils désirent créer une activité modeste qui subvienne à leurs besoins et qui leur procure une forme d'épanouissement personnel. Si elles semblent humbles, ces motivations n'en demeurent pas moins profondément souhaitées. Les individus enquêtés projettent que leur travail entrepreneurial confèrera un sens à leur existence, leur permettra de se réaliser, et leur procurera un revenu suffisant pour vivre. C'est ce que motive la traiteuse de plats gourmets africains qui est contrainte sur le marché de l'emploi.

« *C'était plus une issue de secours* » (septembre 2019)

Arrivée en France depuis la Côte d'Ivoire à 6 ans et sortie du système scolaire à 16 ans, la restauratrice de 38 ans ne possède aucun diplôme. Mère célibataire de deux enfants, elle a enchaîné des emplois qui ne l'intéressaient pas pour subvenir aux besoins de sa famille. Ne « voul[ant] plus faire de petits boulots » qu'elle jugeait dégradants, elle décide d'entreprendre. Sa décision est un choix subi : un choix car elle décide d'arrêter certains métiers mais subi « parce que je n'avais pas trop le choix » en dehors de la création d'entreprise. Sans diplôme et sans réseau, elle ne peut prétendre à des emplois valorisants : « Faire le ménage, les gens demandent, pareil, des diplômes. Moi, ma seule sécurité, c'était « Eh meuf, tu fais quoi pour t'en sortir ? Tu fais quoi pour être quelqu'un ? Tu fais quoi pour kiffer ta vie ? » Tu vois ? Donc moi, l'entrepreneuriat, c'est plus mon issue de secours. Je n'avais pas le choix. C'est quoi où on peut t'accepter, sans diplôme, sans machin, juste avec tes envies ? C'est entreprendre ». Elle décide de cuisiner et de vendre des plats africains à la fin des années 2000 car « mis à part ça, je ne savais pas ce que je pouvais faire d'autre. C'est à peine si je sais lire et écrire, tu vois. Donc me dire à moi de faire plus que ça, ça allait être compliqué ». Elle crée une micro-entreprise en 2011 après plusieurs années dans l'informalité.

Comme l'illustrent ces propos, les entrepreneurs rencontrés sont lucides vis-à-vis des conditions sociales qui restreignent leurs choix de vie. Bien que la richesse leur semble inatteignable, ils envisagent l'entrepreneuriat comme un moyen d'améliorer pleinement leur

<sup>245</sup> La citation est tirée de l'entretien de la prestatrice de chorales d'entreprise qui reprend les propos du premier intervenant (novembre 2019).

existence. Cette aspiration constitue une source de profonde satisfaction personnelle. Elle est d'ailleurs partagée par l'ensemble de la société, tout comme la modestie économique du micro-entrepreneuriat. Plusieurs travaux académiques révèlent qu'un écart de rémunération significatif existe entre la micro-entreprise et les entreprises d'un autre statut<sup>246</sup>. En 2014, le revenu national moyen d'un micro-entrepreneur est de 410 euros mensuels contre 3 740 euros pour un entrepreneur classique (Le Labo de l'ESS, 2017) ; la médiane des revenus d'une micro-entreprise est 20 fois inférieure à celle de l'ensemble des travailleurs indépendants (Chauvin et al., 2014). Cet écart est renforcé en QPV où le chiffre d'affaires des micro-entrepreneurs après un an d'activité atteint en moyenne 20 000 euros contre 30 500 euros pour les micro-entrepreneurs des autres territoires (BPI France et al., 2020).

Les motivations à entreprendre des individus rencontrés sont tendues entre l'espoir d'une vie meilleure et la conscience de leurs limites pour accéder à celle-ci. Ils récusent le rêve entrepreneurial de la maximisation du profit pour aspirer à une dimension plus personnelle fondée sur l'épanouissement et la reconnaissance. Profondément souhaitée tout en étant parfois forcée par des difficultés d'accès à l'emploi salarié, cette aspiration correspond à une motivation entrepreneuriale qui est partagée par l'ensemble de la société. Il est temps de la préciser.

## *1.2.2 La recherche de l'épanouissement au travail*

### *1.2.2.1 La passion au cœur du projet d'activité*

Tandis que les personnes rencontrées déconstruisent les discours publics de l'enchantement et du gain pécuniaire, elles s'approprient celui sur la recherche de liberté et de sens au travail. Si l'argent est parfois cité comme une aspiration secondaire à entreprendre, la motivation principale déclarée des entrepreneurs enquêtés est d'ordre non-économique. Il s'agit de construire un projet personnel en transformant un savoir-faire apprécié en pratique professionnelle. Lorsque j'ai demandé aux 27 personnes accompagnées ce qui les a incitées à entreprendre, 13 ont répondu qu'elles souhaitaient mener une activité dans laquelle elles prennent du plaisir, 8 ont parlé explicitement d'épanouissement dans le travail, et 8 ont insisté

---

246 Il faut évidemment garder à l'esprit que la micro-entreprise constitue souvent une source de revenu secondaire.

sur la dimension personnelle de leur projet<sup>247</sup>. Les propos de la prestatrice de chorales d'entreprise illustrent cette définition partagée de l'épanouissement par l'entrepreneuriat qui mêle le plaisir professionnel à l'engagement personnel : « moi, j'aspire juste à chanter et faire chanter les gens. Et, en fait, je trouve que c'est ça... C'est non seulement ce qui me fait vibrer, et, au final, éclate les gens quand je suis avec eux. En fait, je n'ai pas envie de me déconnecter de ça » (novembre 2019). Ce constat n'est pas propre aux terrains d'étude. Au contraire, il s'inscrit dans le mouvement général d'une recherche de sens dans le travail qui est accrue par la montée de l'individualisme et par l'expansion du managérialisme salarial qui produit un sentiment d'inutilité et de dégoût chez une partie des travailleurs<sup>248</sup>. Ces derniers cherchent à se réaliser personnellement dans la sphère du travail en donnant à leur activité professionnelle un caractère utile et/ou agréable. Les acteurs politiques et économiques publics présentent la création d'activité comme un moyen de parvenir à cette aspiration. Dans un article qui analyse le discours sur l'entrepreneuriat diffusé dans 962 articles de presse française qui sont parus entre 2001 et 2005, les chercheurs en communication et en management Miruna Radu et Renaud Redien-Collot montrent que les termes de liberté et d'indépendance reviennent dans 40 % des cas pour décrire les entrepreneurs (Radu, Redien-Collot, 2008). Une partie des individus s'approprie ces discours publics qui valorisent la dimension émancipatrice de l'entrepreneuriat. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 8 ont démissionné de leur emploi stable pour se reconvertir dans un projet d'activité qui est fondé sur la recherche de liberté et de passion.

« ça veut dire vivre de sa boîte et de sa « passion » » (octobre 2018)

Une femme de 28 ans, française d'origine tunisienne, titulaire d'un master en communication digitale et multimédias, est accompagnée par la Miel pour créer un site internet qui valorise et vend des produits artisanaux ethniques. Après la naissance de son premier enfant, elle décide d'entreprendre et quitte son CDI en agence de communication car « l'idée, c'était vraiment d'avoir quelque chose à moi » tout en gardant sa fille en bas âge. Lorsque je lui demande de définir l'entrepreneuriat, elle cite la capacité à vivre financièrement de son activité et la passion. Celle-ci se décline sous deux formes. Il s'agit d'abord d'être indépendante en « travaill[ant] pour soi » car « c'est plus passionnant que d'aller travailler pour quelqu'un d'autre ». Mais cette indépendance doit être couplée à l'amusement pour être épanouissante : « si c'est travailler pour moi mais faire un truc qui ne me plaît pas, ça ne me motive pas », il faut « un concept un peu sympa ». Même si son projet produit une insécurité financière pour sa famille car il est encore inabouti un an après son lancement, l'entrepreneuse refuse de chercher un nouvel emploi salarié car « on est très bridé dans le salariat ». Elle souhaite « juste pouvoir vivre et kiffer ma vie. Tu vois ce que je veux dire ? Je

247 Ces motivations s'imbriquent les unes aux autres, certains entrepreneurs évoquant à la fois l'épanouissement et la dimension personnelle de leur projet.

248 Un ensemble de travaux porté par des chercheurs et/ou des praticiens traite ce thème pour penser d'autres rapports au travail (Harpagès, 2017 ; Graceffa, 2016).

veux vraiment m'épanouir ». L'entrepreneuriat est perçu comme l'association de l'activité professionnelle à la réalisation personnelle.

Cette femme entreprend pour s'épanouir sans avoir subi auparavant de contraintes sur le marché de l'emploi. Il n'en va pas de même pour d'autres personnes rencontrées dont les perspectives salariales sont limitées, comme la traiteuse de plats gourmets africains. Bien que leur situation professionnelle précaire les incite à créer leur propre emploi, elles associent aussi la démarche entrepreneuriale à une réalisation personnelle. Cette association est donc partagée par l'ensemble des profils rencontrés. Ce constat corrobore les résultats de l'enquête de l'Adie qui met en avant les motivations « aspirationnelles » des entrepreneurs des QPV (Adie, 2017, p.3).

### 1.2.2.2 Une activité intégrée dans le parcours de vie

La traiteuse d'apéritifs salés africains souhaite construire un projet professionnel qui s'encastre dans son parcours de vie en cherchant l'indépendance et le plaisir dans sa démarche entrepreneuriale.

*« Il faut profiter parce que si je ne profite pas, je ne profiterai jamais » (octobre 2018)*

L'entrepreneuse affirme qu'elle ne cherche pas à faire croître son activité malgré une demande grandissante. Elle souhaite garder une activité « peu complexe » en focalisant sa production sur des beignets qu'elle livre surgelés. Des restaurants et des clients privés l'ont invitée à vendre des apéritifs frits et des plats principaux mais ceux-ci nécessitent un investissement matériel, financier, temporel, et spatial plus important que la traiteuse ne veut pas fournir. Elle entreprend d'abord pour dégager des moments consacrés à ses deux enfants de 5 et 7 ans. Dans ce cadre, sa réussite entrepreneuriale se définit moins par un gain financier qu'un gain de temps. L'entrepreneuse dit travailler 2 à 3 jours hebdomadaires et consacrer le reste de sa semaine à sa vie de famille : « Par exemple ce matin je suis partie faire quelques courses, je suis revenue, après j'étais posée tranquillement. Après franchement, j'ai beaucoup de temps. Si j'avais plus de restos, là je n'aurais plus de temps. Mais là j'ai un resto plus mes petits particuliers, et franchement ça tourne bien. Et je n'en fais pas plus. C'est tranquille ». Si son activité fonctionne sur le long-terme, elle espère ne plus avoir à travailler en déléguant le maximum de tâches : « Depuis 2016 à maintenant, je me suis donnée 3 ans jusqu'à 2019. Après, je me donne encore 3 ans pour avoir un bon fonctionnement qui roule roule roule, vraiment. Après, dans les 3 ans, je veux investir vraiment dans la machine qui te fait toute l'industrialisation du produit. Et après ça, si ça fonctionne très bien, se mettre au repos et prendre une personne qui travaillera pour vous ». La traiteuse s'oppose à la définition de l'entrepreneuriat comme activité fondée sur une innovation qui vise une productivité économique pour rejoindre la définition de l'entrepreneuriat comme activité orientée vers la satisfaction personnelle. Son entreprise repose sur un savoir-faire classique ; elle est menée modestement pour lui laisser du temps dédié aux besoins familiaux.

La grande majorité des individus enquêtés s'approprie le discours général sur l'entrepreneuriat qui est présenté comme le fait de choisir son activité professionnelle. Les acteurs institutionnels locaux soutiennent leur désir d'articuler leur projet professionnel à leur parcours de vie. Par exemple, le président de la Miel a affirmé durant la fête d'anniversaire de la structure que sa mission consiste à « accompagner dans les envies et la vie » pour que chacun puisse « grandir » (février 2019). Lors des entretiens, tous les conseillers ont présenté leur fonction d'accompagnement comme un soutien pour vivre la vie souhaitée en plus d'être un soutien pour créer juridiquement une entreprise.

La démarche entrepreneuriale est donc envisagée comme un moyen d'intégrer les aspirations personnelles et familiales à la sphère du travail. En s'inspirant des réflexions du philosophe André Gorz, ce constat conduit à formuler l'hypothèse que l'entrepreneuriat serait un « travail pour soi » qui crée « l'unité entre la culture professionnelle et une culture du quotidien : entre le travail et la vie » (Gorz, 1988, p.105). Le philosophe interroge le concept du travail dans le cadre des mutations qui l'affectent depuis plusieurs décennies pour penser l'affranchissement de ce qu'il estime être la servitude salariale. A travers l'expression « travail pour soi », il envisage une activité autonome et émancipatrice si elle répond à trois conditions : elle est auto-organisée dans son déroulement, elle est la libre poursuite d'un but qu'elle s'est elle-même donnée, elle est humainement épanouissante pour la personne qui s'y livre. Selon cette optique, le travail pour soi permet une « vie plus personnelle, plus libre, plus réfléchie, se donnant à elle-même ses propres lois » (*ibid*, p.137). Il ne vise pas la production de richesses économiques mais une « manière de *se* produire » (*ibid*, p.105). En ajustant la pensée d'André Gorz à l'expérience entrepreneuriale vécue par les personnes enquêtées, celle-ci peut être interprétée comme une forme de travail pour soi car elle semble répondre aux trois conditions émises par le chercheur, bien qu'il faille apporter des nuances. D'abord, les entrepreneurs rencontrés s'estiment indépendants dans leurs choix et dans leurs actions quotidiennes : ils organisent le déroulement de leur journée de travail. Ensuite, ils travaillent dans un domaine qui leur plaît : leur satisfaction provient de l'accomplissement de l'activité entrepreneuriale elle-même. Enfin, ils cherchent leur épanouissement dans leur projet professionnel car celui-ci est source de reconnaissance individuelle et sociale. Par ailleurs, tous les entrepreneurs enquêtés imbriquent leur activité économique à leurs aspirations personnelles. Cette imbrication les incite à persévérer malgré les efforts et la durée que la démarche

entrepreneuriale nécessite, car ils y entretiennent un autre rapport au temps de travail. Il ne s'agit plus de rationaliser celui-ci selon une logique productive mais de le dépenser sans compter car il fait partie intégrante de leur parcours de vie personnel. C'est ce qu'ont exposé les propos de la prestataire de chorales d'entreprise qui refuse de produire des cours de chant numériques pour gagner du temps et de l'argent. Selon cette interprétation de l'entrepreneuriat comme travail pour soi, la lenteur du processus de développement d'entreprise perd une partie de son aspect négatif. Pour autant, des éléments limitent l'hypothèse d'une démarche entrepreneuriale comme travail pour soi. Celle-ci apparaît idéalisée par rapport aux conditions de vie des personnes rencontrées. Une partie relate ses difficultés à organiser seule son travail entrepreneurial, ce qui remet en cause le premier critère établi par André Gorz. De plus, certaines créent leur activité pour subvenir à leurs besoins matériels. La finalité n'est alors plus intrinsèque à la démarche entrepreneuriale mais dépend de contraintes économiques extérieures. Enfin, l'épanouissement recherché est meurtri par des souffrances quotidiennes. Les trois conditions émises par le philosophe sont donc inégalement respectées en fonction des situations de chacun. Malgré des discours publics qui prônent l'autonomie par l'entrepreneuriat, celle-ci est rarement atteinte. André Gorz critique d'ailleurs l'idéologie qui sous-tend le discours des dirigeants économiques et politiques sur la production de soi par le travail. Sous couvert de viser l'épanouissement, cette dernière valorise en fait l'augmentation du capital humain sur le marché du travail. L'écart entre la théorie du travail pour soi et la réalité de sa production rappelle le paradoxe qui traverse l'entrepreneuriat comme processus d'*empowerment*. Tout en favorisant ce processus, il traduit la rationalité néolibérale de l'anthropreneuriat.

### 1.2.2.3 Une réussite comme ailleurs

L'articulation du sens de leur activité professionnelle à leurs projets de vie n'est pas l'apanage des individus enquêtés qui vivent en QPV. Elle représente une aspiration qui conduit de nombreux employés à quitter leur travail salarié (Albert et al., 2017). Le caractère commun de cette motivation est mis en valeur par des entrepreneurs habitant en quartier prioritaire pour infirmer la différenciation dont ils font l'objet. Lors d'entretiens, ils insistent sur les aspirations qu'ils partagent avec les entrepreneurs vivant ailleurs pour déconstruire les stéréotypes affiliés à la réussite entrepreneuriale en banlieue. C'est le cas du vendeur de produits cosmétiques pour cheveux texturisés.

« *En banlieue, quand tu réussis, tu n'as pas le droit d'aller à la pêche* » (février 2019)

Comme la majorité des personnes rencontrées, le producteur de cosmétiques questionne la définition de la réussite entrepreneuriale fondée sur la richesse. Il l'articule à des stéréotypes qui sont véhiculés en banlieue : « D'ailleurs, il faut redéfinir c'est quoi réussir. Pouvoir partir en vacances. Déjà, ces personnes de cité, ils auront une autre image de la réussite où tu as la valeur personnelle de réussir. Ce n'est pas juste avoir 200 000 euros sur son compte en banque. Car on a cette image : réussir, c'est avoir 200 000 euros. Là, le mec, il se dit : « Je peux avoir 200 000 euros, je vais faire ». Parce qu'on lui dit que réussir, c'est ça. Mais réussir, ce n'est pas que ça ». L'entrepreneur conteste les propos qui stigmatisent la réussite en banlieue et qui sont diffusés dans les émissions télévisées : « Quand on fait des reportages, c'est ceux qui ont réussi aujourd'hui qui ne sont pas de la banlieue. On le montre dans son garage, on te parle de son cadre de vie avec sa famille, ce qu'il voulait faire, avec ses enfants. Quand on te parle d'un gars de cité qui a réussi, on zoome sur ses chaussures, son costume, sa voiture. On ne te parle pas qu'il est content de rentrer à la maison, il est tranquille avec sa famille. On ne te montre pas ça. On ne te montre pas que le mec est content d'aller à la piscine ou de faire un footing. Il est juste content parce qu'il a une Mercedes, la grosse montre, les lunettes de soleil ». L'entrepreneur revendique des aspirations extra-économiques qui sont les mêmes qu'ailleurs : « au contraire, c'est par là qu'on pourrait montrer la banlieue. Ok, réussir, les gars, c'est une réussite personnellement, pas une réussite financière. Être content de ce qu'on fait. Se lever chaque matin, pouvoir être heureux de fonder une famille, heureux de voir son père le soir, pouvoir être heureux de vivre en famille. Il y a plusieurs formes de réussite et il faudrait aussi montrer à ces personnes-là, montrer ce que c'est la vraie réussite, qu'elle est multiple et diverse, variée, belle, et pas qu'économique et matérielle ». Le vendeur de cosmétiques s'oppose ainsi à deux clichés, le premier qui réduit la réussite à la richesse et le second qui différencie les entrepreneurs venant de banlieue de ceux d'ailleurs. A l'inverse, il s'approprie le discours partagé de la réalisation personnelle par l'entrepreneuriat, peu importe le lieu de vie. Il nuance toutefois son propos en déclarant que la richesse n'a pas à être cachée si elle est souhaitée et méritée.

En associant la démarche entrepreneuriale à une recherche d'épanouissement individuel qui articule l'activité professionnelle aux plaisirs du quotidien, cet entrepreneur rappelle qu'il est une personne à part entière avant d'être un *homo economicus* et/ou un habitant de banlieue. Son discours révèle un enjeu d'affirmation et de reconnaissance de soi par la société.

Les conseillers et les entrepreneurs rencontrés proposent une définition de la réussite entrepreneuriale qui est bâtie sur la réalisation personnelle. Elle s'inscrit dans le discours commun d'émancipation par la création d'activité et elle interroge la frontière entre les catégories d'entrepreneuriat d'opportunité et d'entrepreneuriat de nécessité qui ont été élaborées par des chercheurs en sciences de gestion.

### 1.2.3 *Entreprendre par nécessité et par envie*

« *ça s'est fait à la fois par choix et par élimination* » (janvier 2019)

L'entrepreneuse qui anime des ateliers pédagogiques alternatifs pour enfants évoque plusieurs raisons qui l'ont incitée à entreprendre. Certaines sont positives et non-économiques comme le fait d'avoir un projet professionnel « qui me plaît, qui me passionne, un travail dans lequel je puisse m'épanouir ». Certaines sont négatives et socio-économiques comme la difficulté à trouver un poste d'enseignante du fait du nombre restreint d'écoles à pédagogie alternative et du port d'un foulard pour conviction religieuse. D'autres encore sont non-économiques mais relèvent simultanément d'une envie et d'une contrainte. Il s'agit par exemple de la conciliation de la vie professionnelle à la vie familiale. L'entrepreneuse souhaite choisir ses horaires de travail à la place d'un employeur pour s'occuper de ses trois enfants, mais cette situation la rend dépendante de l'emploi du temps familial. En fonction de la situation professionnelle, familiale, et personnelle de l'enseignante, la création d'entreprise constitue « la solution la plus adaptée » car elle concilie les contraintes de la société à ses envies individuelles. Ni choix pleinement subi ni choix pleinement désiré, l'entrepreneuriat représente la meilleure adaptation professionnelle à sa trajectoire de vie actuelle.

Ce portrait montre que les entrepreneurs rencontrés ne se réduisent pas à la figure de l'entrepreneur de nécessité alors qu'elle est souvent assimilée aux personnes minorées qui vivent dans une situation socio-économique précaire. Il invite à dépasser le modèle de motivations *pull and push* conceptualisé au début des années 1980 par Shapero et Sokol, considérés par les chercheurs en sciences de gestion comme les pionniers de l'étude des intentions entrepreneuriales. Shapero et Sokol expliquent que le passage à l'acte de création d'une entreprise intervient après un déplacement, c'est-à-dire après un point de rupture dans la vie personnelle et/ou professionnelle de l'individu (Shapero, Sokol, 1982). Il s'agit d'un déplacement *pull* quand l'individu est motivé par un facteur positif tel que l'envie de liberté, de reconnaissance, d'accroître ses revenus, de créer un produit nouveau, de saisir une opportunité, etc. Il s'agit d'un déplacement *push* quand l'individu est motivé par un facteur négatif tel qu'un licenciement, une pression familiale, etc. Ce modèle binaire a influencé de nombreuses typologies qui ont été élaborées par d'autres chercheurs et qui varient selon les types d'activité et les profils entrepreneuriaux appréhendés. L'approche constructiviste remet en cause le modèle de Shapero et Sokol. Chaque démarche entrepreneuriale repose sur un ensemble de facteurs dont le caractère négatif ou positif dépend de l'appréciation du porteur de projet. En suivant cette logique, la distinction entre *pull* et *push* disparaît au profit de nouvelles distinctions comme celle qui dissocie les aspirations économiques et les aspirations non-économiques (Gabarret, Vedel, 2015). Les expériences entrepreneuriales des personnes enquêtées révèlent la difficulté de séparer les motivations positives des motivations négatives,

mais aussi les motivations économiques des motivations extra-économiques, alors que les motivations des individus en situation précaire sont généralement assimilées à une logique *push* qui met l'accent sur l'objectif d'insertion sociale par le retour à l'emploi (Aucouturier, 1996 ; Aucouturier, Mouriaux, 1994). Leur démarche entrepreneuriale constitue à la fois un moyen de faire face aux inégalités dont ils font l'objet et un moyen de se réaliser personnellement. L'affirmation déterminée d'un entrepreneur illustre cette double posture : « Plutôt que d'être exploité, je préfère m'auto-exploiter » (juin 2020). Cet homme de 29 ans, français d'origine antillaise, titulaire d'un master et d'un CDI d'ingénieur à temps plein, noir, accompagné par la Miel, a décidé de produire et de commercialiser des rhums arrangés car il ne supporte plus de dépendre d'employeurs qu'il juge hostiles et/ou méprisants. Le sentiment de rejet qu'il vit dans le monde du salariat le conduit à préférer l'indépendance de l'entrepreneuriat, même si celle-ci est parfois douloureusement vécue<sup>249</sup>.

Les expériences des personnes enquêtées dépassent les images simplificatrices de l'entrepreneuriat comme activité d'économie de marché qui vise le profit et comme activité de subsistance guidée par un contexte socio-économique précaire. Elles traduisent une appropriation du discours ambiant qui présente l'entrepreneuriat comme un processus émancipateur. En créant leur entreprise, les individus cherchent une forme d'épanouissement et de reconnaissance qui leur permet de supporter les efforts et le temps qu'elle nécessite et qui sont accrus par leur manque de ressources initiales. Leur démarche entrepreneuriale constitue la quête d'un rapport positif à soi et au travail qui se traduit dans leurs pratiques quotidiennes. Il s'agit alors de préciser ces formes de travail entrepreneurial en interrogeant leur présumée dimension émancipatrice dans un contexte socio-économique territorial contraint.

---

249 Bien qu'il critique le salariat, le producteur de rhums arrangés a gardé son emploi pour subvenir à ses besoins. La création de son entreprise lui permet d'accepter sa situation salariale en consacrant du temps à côté à une activité professionnelle qu'il dirige et qui le passionne.

## 2 Des pratiques de travail négociées et transformées au quotidien

### 2.1 Une intrication des sphères professionnelle et personnelle entre liberté et contrainte

#### 2.1.1 *Un projet construit à partir de soi*

##### 2.1.1.1 L'adéquation « homme-projet »

En souhaitant que leur projet professionnel s'encastre dans leur parcours de vie, les entrepreneurs enquêtés engagent leur individualité dans leur démarche entrepreneuriale. Employée par la totalité des conseillers lorsqu'ils présentent leur fonction et leurs méthodes d'accompagnement individuel, la formule « adéquation homme-projet » est représentative de cet engagement. Elle est mise en pratique par les entrepreneurs à toutes les étapes de leur parcours de création et de développement d'activité. En amont, les aspirations d'indépendance et de plaisir professionnel motivent leur passage à l'acte de création. Pendant la consolidation de leur activité, ils mobilisent leurs savoir-faire afférant à leurs caractéristiques sociales personnelles. Lors de la phase de développement, ils scénarisent leur image de soi pour intégrer des réseaux économiques et vendre leurs produits. Le nom donné à l'entreprise à partir du nom du porteur de projet est symptomatique de l'assimilation de l'identité entrepreneuriale à l'identité individuelle. Cet amalgame illustre le fait que l'individu considère son activité entrepreneuriale comme indissociable de sa vie générale.

#### *Choisir le nom de son « bébé »*

Alors que le nom d'une entreprise constitue la première vitrine exposée aux clients, des entrepreneurs ont donné leur prénom ou celui d'un membre de leur famille à leur activité. Le couple qui vend des produits cosmétiques pour cheveux texturisés a contracté ses prénoms pour former le nom de son entreprise ; la couturière de vêtements en wax a donné un anagramme du prénom de sa fille à son activité ; une masseuse accompagnée par la Miel a accolé son prénom au titre de son projet ; sur le conseil de son mentor, l'entrepreneuse qui propose du storytelling aux entreprises de la maison envisage d'intituler sa marque à partir de son nom. L'ensemble de ces exemples révèle la valeur affective du projet entrepreneurial qui représente souvent un projet de famille. D'ailleurs, des entrepreneurs ont comparé leur

activité à leur « bébé » lors d'entretiens. Cette analogie a été spontanément employée par 5 entrepreneurs, dont l'entrepreneuse de storytelling et le vendeur de produits cosmétiques. La métaphore montre qu'ils envisagent leur entreprise comme une prolongation d'eux-mêmes, qui naît à la fois dans la douleur et dans la joie, qui est fragile pendant des années, et qui nécessite des soins constants pour grandir.

Si les personnes rencontrées encastrent leur vie entrepreneuriale dans leur vie intime au démarrage de leur projet, certaines tentent de l'en dissocier lors de la phase de développement. Tandis que l'utilisation de leur identité privée dans un cadre professionnel ne les dérange pas lorsque leur projet est encore modeste, elles montrent un inconfort à l'employer lorsqu'il croît. C'est ce qu'illustre la posture de l'entrepreneuse qui vend des storytelling aux entreprises de la maison. Elle reste dubitative à attribuer son nom de famille à sa marque en développement, malgré l'incitation de son mentor. En outre, une minorité de personnes rencontrées dissocie volontairement son identité personnelle de l'identité de son entreprise lors de sa création. C'est le cas d'une entrepreneuse croisée à une formation collective de la Miel consacrée à la communication. Cette femme d'une trentaine d'années, française d'origine marocaine, diplômée d'un master, développe un projet de vente de produits cosmétiques biologiques et naturels élaborés à partir d'aliments venus de l'étranger à appliquer sur la peau et les cheveux. A cette époque, elle cherche encore un nom pour son entreprise. L'intervenant lui conseille d'utiliser son prénom qu'il estime simple mais original, avec des connotations étrangères, et qui résume les intentions de son projet. L'entrepreneuse refuse car elle ne veut pas se mettre en avant et souhaite prendre un nom français qui récuse toute forme de communautarisme. Bien qu'il soit ici caractérisé par un refus, le choix d'associer son identité privée à son identité de marque traduit un processus de construction de soi par la construction de son projet d'activité. Pour la vendeuse de produits cosmétiques, il s'agit de s'extraire d'une identité géographique et raciale assignée en la mettant à distance de sa démarche entrepreneuriale.

### 2.1.1.2 La prégnance des liens forts

En plus d'engager leur personne dans la construction de leur activité, les entrepreneurs rencontrés y engagent souvent leur cercle familial et/ou amical. Ce constat est visible dans les noms qu'ils donnent à leur entreprise et dans l'importance des liens forts qui constituent le cœur du réseau qu'ils mobilisent<sup>250</sup>. Leurs relations non marchandes s'imbriquent à leurs

<sup>250</sup> Cet objet a été étudié par la sociologie économique à travers les notions d'encastrement, de proximité, ou encore de réseau. Des chercheurs montrent que les entrepreneurs s'appuient sur leurs liens forts pour créer leur activité avant d'activer des liens faibles pour la développer. Les liens forts sont constitués par les connaissances personnelles tandis que les liens faibles sont constitués par les connaissances professionnelles (Grossetti, Barthe,

relations marchandes dans un contexte où leurs ressources financières et sociales sont souvent faibles. Conjoints, parents, enfants, et amis constituent des partenaires économiques en tant que financeurs, fournisseurs, relais de communication, et/ou acheteurs. D'après les entretiens, le conjoint représente le soutien principal. Il est cité par 16 des 27 entrepreneurs enquêtés. Dans 6 cas, l'époux ou l'épouse est un associé du projet ou aide à une tâche professionnelle précise. Dans 8 cas, il ou elle supporte financièrement le projet en acceptant d'être la seule source de revenu du foyer, de diminuer le train de vie de celui-ci pour faire durer les économies familiales, d'en consacrer une partie au développement de l'entreprise, et/ou de partager un emprunt bancaire. Par exemple, le couple de la créatrice du site internet de vente de produits artisanaux ethniques a remis à plus tard son projet de devenir propriétaire d'un logement après la démission de l'entrepreneuse de son CDI pour prendre le statut de travailleuse indépendante alors qu'il est déprécié par les banquiers car jugé risqué. Les parents représentent aussi un soutien, bien qu'ils soient moins fréquemment cités en entretien. Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 8 les évoquent spontanément. Dans 2 cas, les parents sont des employés périodiques. Dans 1 cas, ils ont prêté de l'argent pour le lancement de l'entreprise de leur enfant. Des entrepreneurs ont aussi déclaré que leurs parents ont été un frein à leur démarche en se montrant réticents. Les amis constituent enfin une autre forme de soutien qui a ponctué les récits des trajectoires entrepreneuriales des personnes enquêtées. Par exemple, le rappeur nantais a monté son groupe de musique avec trois amis d'enfance. Étudiants ou intérimaires, ils possèdent peu de fonds propres. Ils mobilisent leur réseau amical qui habite dans leur quartier pour obtenir des « prix » et diminuer les frais de leur projet. Un ami photographe leur a proposé ses services pour un prix trois fois inférieur à d'habitude ; un ami dessinateur leur a conçu un logo pour un prix dix fois inférieur.

Complémentaire au soutien économique, le soutien affectif apporté par les liens forts apparaît essentiel pour que les individus supportent les difficultés de l'entrepreneuriat. Conjoint, parents, amis, mais aussi enfants procurent une aide réflexive et psychologique en plus de l'aide parfois apportée par le conseiller. Plus qu'un soutien affectif durant le processus de création, les enfants constituent souvent une motivation qui incite les individus rencontrés à entreprendre. La démarche entrepreneuriale est envisagée comme un moyen de transmettre des valeurs qu'ils jugent primordiales comme le travail, la persévérance, l'indépendance, l'utilité, le soin des autres, etc. Ce constat est prépondérant chez les mères pour qui le statut

---

2008 ; Grossetti, Bès, 2003 ; Granovetter, 1974).

d'entrepreneuse représente un modèle d'éducation en donnant l'image d'une « femme forte »<sup>251</sup> capable de réussir par elle-même. Le processus de création d'activité permet la transmission d'un héritage moral familial.

Dans quelques cas, la dimension affective des liens forts prend la forme d'une relation conflictuelle. Des personnes enquêtées entreprennent pour prouver à leurs parents ou à leur ancien conjoint qu'elles valent plus que ce qu'ils imaginent. Cette posture est explicitement affirmée par deux femmes qui conçoivent l'entrepreneuriat comme une revanche familiale et sociale.

La trajectoire entrepreneuriale de la couturière et vendeuse de vêtement en wax accompagnée par Osez Entreprendre résume l'ensemble des résultats qui vient d'être présenté. Elle montre l'importance de ses liens forts familiaux et amicaux qui constituent une source de motivation mais aussi des ressources économiques et affectives qui consolident son projet.

*« Je ne veux pas mourir en ayant des regrets d'avoir fait un projet purement commercial, et pas avec le cœur » (mai 2019)*

Cette citation tirée des propos de l'entrepreneuse montre la dimension intime qu'elle accorde à la création de son activité. Cette femme de 45 ans, française d'origine ivoirienne, titulaire d'un BEP en comptabilité, relate le parcours de son entreprise depuis la naissance du projet jusqu'à la création effective du statut de micro-entreprise. Après des déboires dans plusieurs emplois salariés, elle se forme à la couture au début des années 2000 car elle est influencée par ses amis créateurs dont la « façon de vivre correspondait carrément à mes rêves de liberté, d'autonomie [...] C'est de faire ce que j'aime, de faire tous les jours différents ». Elle monte une entreprise en 2005 mais « galère ». Durant cette période, elle croise inopinément une amie qui lui propose de monter un atelier créatif. Elles lancent une association de couture dont le nom est constitué de la contraction de leurs deux prénoms. Après 8 ans d'activité, l'entrepreneuse quitte la structure car l'évolution de son organisation ne lui convient pas. Indemnisée par Pôle Emploi, elle s'accorde du temps pour élever sa fille en bas âge. Elle profite de cette période pour visiter une autre amie en Inde qui l'amène dans des ateliers de confection. Cette découverte l'incite à créer une entreprise de couture et de vente de vêtements en wax. Rentrée en France, elle rejoint Osez Entreprendre puis retourne en Inde pour créer sa première collection pendant 3 mois. Celle-ci nécessite d'avancer des fonds que l'entrepreneuse ne possède pas. Elle fait appel à sa famille qu'elle rembourse au fil du temps. Cette dernière garde aussi sa fille pendant son séjour indien. Pour la confection de sa deuxième collection de vêtements, l'entrepreneuse envisage d'aller en Afrique où vivent des membres de sa famille et celle du père de sa fille. Tandis que la famille et les amis de la couturière constituent des ressources entrepreneuriales, sa fille représente « le moteur » de sa motivation à entreprendre. L'ayant « faite pour elle », elle a utilisé l'anagramme de son prénom pour intituler sa nouvelle entreprise. Si sa fille est l'un des buts de sa démarche entrepreneuriale, sa mère est l'une de ses origines car elle l'envisage comme un modèle à suivre. La couturière la présente comme une femme multitâche, endurente, autonome, qui a

251 Cette expression a été utilisée par plusieurs mères entrepreneuses enquêtées.

mené de front son travail entrepreneurial et son travail familial. La démarche entrepreneuriale devient un moyen de transmettre des valeurs entre les générations.

Ce parcours entrepreneurial est représentatif des expériences vécues par les personnes enquêtées. La couturière entreprend à partir de motivations qui combinent une précarité de l'emploi, un désir d'indépendance, une gestion de la vie familiale, et une envie de mener une activité plaisante fondée sur son savoir-faire et sur son appartenance culturelle. L'ensemble de ces éléments l'incite à persévérer pendant 20 ans malgré un parcours entrepreneurial en dents de scie. Ce dernier s'appuie sur le soutien économique et affectif de ses amis, de sa famille, et de son enfant qui constituent des ressources entrepreneuriales essentielles alors qu'elle possède un capital économique et social restreint.

Le projet d'activité des personnes enquêtées perdure grâce à la mobilisation de leur sphère privée. Dans ce contexte, leur travail entrepreneurial se situe à la jonction de leurs vies professionnelle, personnelle, et familiale. Formulé à partir d'une enquête en QPV, ce constat est partagé dans l'ensemble de la société. Des chercheurs en sociologie économique revendiquent d'ailleurs une approche processuelle de la démarche entrepreneuriale car celle-ci est ancrée dans la vie quotidienne des individus qui créent une entreprise. Le constat semble toutefois renforcé pour les entrepreneurs habitant en QPV car leur manque de capitaux économique, social, et culturel limite la constitution de liens faibles et les conduit à s'appuyer davantage sur leurs liens forts. Cette imbrication de leur sphère privée à leur pratique entrepreneuriale prend forme dans la superposition des temporalités professionnelles et personnelles qu'il convient de détailler.

## *2.1.2 Des temporalités entrecroisées à gérer*

### *2.1.2.1 Des moments de vie qui incitent à entreprendre*

La combinaison des relations personnelles aux relations professionnelles efface la frontière temporelle qui distingue ces deux sphères. Elle conduit les personnes enquêtées à expérimenter de nouvelles formes de temporalité de travail. D'abord, leur démarche entrepreneuriale est influencée par des événements intimes. C'est ce qu'illustre le parcours de la couturière de vêtements en wax pour qui la rencontre d'amies infléchit l'évolution de son

projet. Les entretiens révèlent que le déclenchement de l'acte d'entreprendre est lié à la mort d'un être proche qui incite à réfléchir sur le sens à donner à la vie, à l'entrée dans une nouvelle décennie qui invite à prendre conscience du temps perdu dans un travail déplaisant, à la naissance d'un enfant qui conduit à gérer différemment le temps accordé à la famille, à la rupture avec un conjoint qui donne envie d'affirmer son indépendance, etc. L'événement déclencheur le plus cité est la maternité. Il est explicitement évoqué dans un tiers des cas<sup>252</sup> par des femmes qui sont devenues entrepreneuses après une grossesse.

Complémentaires aux événements décisifs, les pratiques privées routinières incitent aussi des personnes à créer leur activité. Par exemple, la gestion quotidienne de leur vie familiale en parallèle de leur vie professionnelle pousse la majorité des femmes rencontrées à entreprendre. C'est le cas de 13 des 16 mères entrepreneuses enquêtées. L'expérience de la créatrice de l'incubateur cosmétique illustre en quoi sa fonction de mère constitue un socle autour duquel se structure sa démarche entrepreneuriale.

*« S'il faut changer de vie, c'est maintenant » (septembre 2018)*

L'entrepreneuse a prolongé un second congé maternité en congé sabbatique pour continuer à construire son activité en mettant de côté son emploi de stratège financière en banque. Elle a commencé à imaginer son projet après la naissance de sa première fille, cinq ans plus tôt. Sa nouvelle fonction de mère l'a invitée à se poser « la question du sens de ce que je faisais ». Cette question a déclenché son passage à l'acte de création. L'objet de son entreprise est lié à ses filles. Elle souhaite élaborer et vendre des produits cosmétiques zéro déchet issus d'ingrédients provenant d'Afrique de l'Ouest après avoir constaté qu'elle n'en trouvait aucun adapté à leurs cheveux et à leurs peaux noires. Jusqu'à présent, elles « cuisinent des tambouilles » ensemble à domicile pour répondre à leurs besoins. Ses deux filles représentent aussi la finalité de sa démarche entrepreneuriale. L'entrepreneuse veut gérer son temps de travail pour « avoir un peu plus de temps pour voir ses enfants », leur laisser un « monde meilleur » en proposant « un nouveau mode de consommation et de production », et concrétiser « un sens à [l]a vie que je puisse transmettre à mes enfants ».

La parentalité incite à entreprendre mais elle retarde parfois le passage à l'acte quand le porteur de projet ne dispose pas de ressources suffisantes sur lesquelles s'appuyer. Parmi les 16 mères enquêtées, 4 ont déclaré avoir attendu l'autonomie de leurs enfants pour créer leur activité car elles manquaient de soutien familial et de finances pour engager une nourrice. C'est le cas de la vendeuse d'objets décoratifs marocains qui est perçue par son entourage comme « une femme au foyer » (septembre 2018). La majorité de ses enfants et l'anniversaire de ses 50 ans représentent deux événements qui l'ont poussée à entamer un processus de création d'entreprise.

<sup>252</sup> C'est-à-dire 6 femmes sur 18.

### 2.1.2.2 Un équilibre temporel précaire

*« On est qu'une personne et on a du mal à se scinder en deux » (juillet 2019)*

Une ancienne entrepreneuse, aujourd'hui chargée de mission dédiée aux politiques d'accompagnement à la création et au développement d'activité, partage sa difficile expérience à séparer son monde professionnel de son monde personnel : « C'est ça aussi l'entrepreneur. On a vraiment la vie privée et la vie professionnelle. C'est ça aussi. D'un point de vue psychologique, [...] on est qu'une personne et on a du mal à se scinder en deux en se disant, et c'est ce que j'ai fait à certains moments : « Là, je suis dans le cadre de mon entreprise. Là, je suis chez moi ». Surtout qu'en plus, quand vous travaillez chez vous, c'est d'autant plus compliqué ». A défaut de pouvoir louer un bureau, elle a mis en place des astuces pour délimiter spatialement et temporellement son activité professionnelle de son activité familiale à l'intérieur de son domicile. Elle a varié les couleurs de sa moquette entre son bureau et son salon : « Quand je suis sur la moquette noire, je suis dans mon bureau. J'estampille « consultante indépendante ». Et quand j'ai passé la moquette beige, je suis de nouveau la personne dans le cadre privé ». Cette organisation mentale demande une forte détermination, ce qui « est très dur, c'est excessivement dur » à maintenir. Consciente de ces difficultés pour les avoir vécues, l'ancienne entrepreneuse cherche aujourd'hui à ouvrir des espaces collectifs aux entrepreneurs de l'intercommunalité pour laquelle elle travaille afin de faciliter leur parcours.

Le logement illustre la superposition des relations, des lieux, et des temporalités familiales et professionnelles de l'entrepreneuse. Celle-ci déploie des stratégies individuelles de débrouille pour séparer son travail et sa famille dans un contexte où elle n'a pas les moyens de louer un local d'activité. Fragile, l'équilibre temporel et spatial entre les deux sphères nécessite son attention constante et l'oblige à aménager son domicile et ses pratiques ordinaires quotidiennes.

Cet équilibre entre l'activité professionnelle et l'activité familiale requiert des compétences de gestion du temps et de contrôle de soi qui s'exercent aussi en dehors du logement. Les enfants de la créatrice de l'incubateur cosmétique représentent une motivation à entreprendre mais aussi un obstacle au développement de son activité, qu'elle apprend à gérer.

*« Je ne voulais pas sacrifier aussi son bien-être pour ça » (juillet 2019)*

L'entrepreneuse évoque la fatigue qu'elle a vécue ces derniers mois en menant de front une activité de mère et une activité d'entrepreneuse. Dans l'impossibilité d'inscrire sa deuxième fille en crèche car elle est en congé parental, elle organise rigoureusement son temps entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. Pendant deux ans, elle amène chaque jour sa fille aînée à l'école à 8h, conduit la cadette chez ses parents, se rend à ses rendez-vous de travail, retourne chez ses parents prendre le bébé, avant de récupérer la première à l'école à 16h30. Elle s'occupe d'elles jusqu'à leur coucher. Elle travaille la nuit sur des appels à projet et sur le montage financier de son activité. Son temps de travail est annexé et fractionné par son

temps familial : « Je rattrapais la nuit ce que je ne faisais pas le jour ». Bien qu'elle ait d'abord entrepris pour s'occuper de ses filles, elle est passionnée par son projet et souhaite lui consacrer le plus de temps possible. Mue par cette envie, elle supprime son temps de loisirs personnel : « Du coup, j'ai sacrifié mon énergie à moi ». Elle travaille « comme une forcenée » en suivant un « parcours du combattant ». Pour endurer la fatigue, elle transforme les obstacles en « challenge » qui « teste mon mental ». Je me suis dit : « Si j'y arrive, je peux tout faire, ça veut dire ». Au moment de l'entretien, elle se montre soulagée d'arriver au bout de cette bataille car sa deuxième fille va entrer à l'école maternelle. Elle estime que le temps dégagé lui permettra d'« avancer deux fois plus vite [sur son projet] dès que je suis à 100 %, vraiment dessus ».

La fragilité de son équilibre temporel porte atteinte à la santé et à la vie personnelle de l'entrepreneuse. Celle-ci tient bon grâce au soutien familial et au contrôle de soi. La précarité physique et mentale induite par la démarche entrepreneuriale conduit souvent les personnes rencontrées à s'interroger sur la durée pendant laquelle elles tiendront le rythme. C'est le cas de la prestatrice de chorales d'entreprise. La fin prochaine de ses indemnités versées par Pôle Emploi et le lent développement de son projet la torturent chaque jour : doit-elle arrêter son activité qui dégrade financièrement le mode de vie de sa famille et la tourmente psychologiquement ? Elle décide de persévérer car elle « pense que je suis en train d'aligner, probablement, la musique, les projets persos, la vie de famille et le boulot. [...] En fait, je pense que je ne suis pas loin de trouver le bon équilibre. Il faut encore que je développe un petit peu, mais je ne suis pas loin de trouver le bon équilibre, qui fait que ça va être cool, tu vois » (novembre 2019). Davantage qu'une solution pour concilier leur vie professionnelle à leur vie familiale, l'entrepreneuriat constitue une quête personnelle de sens à donner à la vie qui incite les individus rencontrés à croire en l'avenir.

L'entrepreneuriat est conçu et vécu par les personnes enquêtées comme un mode de vie qui dépasse leur sphère professionnelle et rejoint leur sphère domestique. Cette imbrication peut traduire une aspiration à s'épanouir dans le travail. Elle n'est pas le propre des entrepreneurs qui vivent en QPV mais révèle d'un phénomène à l'échelle de la société. Toutefois, elle transparaît fortement dans les terrains d'étude marqués par un accès au marché de l'emploi salarié limité et par des capitaux financier, social, et culturel réduits. La précarité conduit une partie des entrepreneurs à mobiliser considérablement leurs ressources domestiques<sup>253</sup>. A la

---

253 Ce constat rejoint les résultats de sociologues qui étudient les pratiques sociales de subsistance des classes populaires. Ils montrent l'importance de leurs liens forts qui constituent leurs principales ressources et qui remettent en cause la distinction traditionnelle entre l'économie formelle et informelle, marchande et non-marchande (Collectif Rosa Bonheur, 2019 ; Siblot et al., 2015).

fois choisie et subie, la pénétration de leur activité économique dans les activités de leur vie quotidienne perturbe les frontières entre le travail rémunéré et le travail bénévole, entre le travail productif et le travail reproductif, et même entre le travail et le loisir. Ce brouillage des frontières concerne les plans sociaux, temporels, et spatiaux de la vie des entrepreneurs rencontrés. Il invite à questionner la dimension émancipatrice de leur travail entrepreneurial par rapport au travail salarié. Cette interrogation fait l'objet de la section suivante, qui s'appuie principalement sur les expériences entrepreneuriales des femmes enquêtées en mobilisant une approche féministe du concept de travail.

## **2.2 Des expériences d'entrepreneuses qui modifient les rapports au travail**

### *2.2.1 La mobilisation d'une définition féministe et extensive du travail*

#### 2.2.1.1 Une approche féministe de l'entrepreneuriat

Inenvisagée avant l'enquête de terrain, l'approche de l'entrepreneuriat par le genre s'est imposée en examinant certaines divergences de conception, de motivation, et de pratique entre les hommes et les femmes qui entreprennent en QPV. Cette littérature scientifique s'est beaucoup développée depuis les années 2000 avec l'essor de l'approche constructiviste. Le genre y est décrit comme une construction sociale qui influence l'expérience entrepreneuriale des individus en constituant à la fois une cause et une conséquence de leurs conceptions et de leurs pratiques. Des travaux montrent que l'entrepreneuriat est une pratique genrée qui performe le genre en retour. C'est ce que soutiennent Attila Bruni, Silvia Gherardi, et Barbara Poggio en décrivant des situations qui reproduisent ou transgressent les codes de l'identité de genre dans deux petites entreprises italiennes. Elles détaillent comment la dirigeante d'une entreprise familiale de couture ne dément pas certains acteurs économiques qui imaginent parler à la secrétaire pour tirer profit de leur méprise, fondée sur l'image masculine de l'entrepreneuriat (Bruni et al., 2004). D'autres chercheuses insistent sur les différences genrées des représentations et des actions des entrepreneurs (Alexandre, 2016 ; Boring, 2016 ; D'Andria, Gabarret, 2016) : les femmes sont généralement motivées par des aspirations

personnelles plus que par une performance économique ; elles accordent davantage de place aux relations sociales et à l'équilibre familial que leurs homologues masculins.

Ces résultats sont appréhendés selon des perspectives managériales ou selon des perspectives féministes. Ces dernières m'intéressent plus particulièrement ici. Plus globale, l'approche féministe permet d'appréhender la pluralité des formes du travail entrepreneurial en visibilisant les expériences de l'ensemble des entrepreneurs minorés, qu'ils le soient par leur genre féminin, leur origine étrangère, leur autodidaxie, et/ou leur appartenance aux classes populaires. Elle entend humaniser et diversifier l'entrepreneuriat en optant pour une épistémologie située qui l'appréhende depuis des contextes personnel et social (Marlow, Martinez Dy, 2018). Cette section centre toutefois l'analyse sur les expériences entrepreneuriales minorées des femmes du fait de l'importance des matériaux récoltés. Des chercheuses montrent en quoi les différences genrées correspondent à des constructions socio-culturelles discriminantes. Elles s'attachent à déconstruire les processus de production et de domination patriarcales et capitalistes pour comprendre les subjectivités entrepreneuriales qui en découlent et les décentrer d'une vision androcentrée. C'est le cas d'Hélène Ahl avec son ouvrage de référence publié en 2004 qui s'intitule *The Scientific Reproduction of Gender Inequality A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. La chercheuse analyse les discours de textes universitaires sur l'entrepreneuriat féminin en démontrant la reproduction scientifique des inégalités de genre. Cette dernière contribue à une construction masculine et capitaliste de la création d'entreprise à partir de laquelle la femme entrepreneuse est catégorisée comme une figure de l'altérité (Ahl, 2004). La prépondérance des chercheurs hommes dans la production de la recherche en entrepreneuriat explique l'hégémonie du point de vue masculin dans le champ scientifique. L'expression « adéquation homme-projet », utilisée par l'ensemble des acteurs institutionnels de l'accompagnement, constitue un exemple anecdotique mais révélateur de l'androcentrisme qui caractérise l'entrepreneuriat. Celui-ci participe à délégitimer des femmes qui ne se retrouvent pas dans les images communes de l'entrepreneuriat. Les chercheurs Vishal Gupta, Daniel Turban, Arzu Wasti, et Arijit Sikdar montrent que les stéréotypes de genre influencent les intentions entrepreneuriales entre les hommes et les femmes au détriment de celles-ci. Les réponses de questionnaires remplis par des étudiants en commerce aux États-Unis, en Inde, et en Turquie révèlent que l'entrepreneuriat est défini selon des caractéristiques assimilées au genre masculin, ce qui limite les intentions d'entreprendre des personnes de genre féminin car elles se sentent illégitimes, et ce qui réduit les ressources mises à leur disposition par les acteurs

institutionnels qui les considèrent illégitimes (Gupta et al., 2009).

En mobilisant une approche féministe, il s'agit de voir en quoi les expériences entrepreneuriales des personnes minorées contribueraient à leur processus d'*empowerment*, dans un contexte où l'entrepreneuriat est communément présenté comme une démarche émancipatrice. Plus précisément, il s'agit de demander si ces expériences constituent un rapport au travail novateur ou si elles entretiennent la reproduction des inégalités du système patriarcal. Pour alimenter la discussion, je mobilise des travaux qui articulent *l'empowerment* et l'entrepreneuriat. Marta Calas, Linda Smircich, et Kristina Bourn distinguent deux approches féministes qui envisagent différemment l'entrepreneuriat comme processus d'*empowerment* (Calas et al., 2009). La première approche le considère comme un outil d'ascension sociale qu'il s'agit de rendre accessible à tous. Cette perspective féministe libérale réclame l'égalité des droits des femmes à entreprendre en définissant la réussite en fonction de la croissance de l'entreprise. La seconde approche s'oppose à la première qui rejoint un « féminisme de marché » car elle valorise individuellement les femmes et néglige les causes structurelles des inégalités qu'elle tend à légitimer en adhérant au système économique actuel (Pochic, 2018). La seconde perspective récuse une égalité des sexes à entreprendre fondée sur des normes masculines et revendique la reconnaissance d'expériences entrepreneuriales minorées qu'il s'agit de visibiliser<sup>254</sup>. En s'inscrivant dans cette deuxième approche, les chercheuses Caroline Essers et Yvonne Benschop ont étudié les stratégies d'identité professionnelles d'entrepreneuses turques et marocaines qui vivent aux Pays-Bas face aux stéréotypes masculins et occidentaux qui structurent l'entrepreneuriat. Malgré leur minorisation par le monde institutionnel de l'entrepreneuriat, ces stratégies constituent une forme d'*empowerment* qui permet aux entrepreneuses d'accroître leur capacité d'action (Essers, Benschop, 2007). Ce survol de la littérature scientifique pose les jalons théoriques de l'analyse de terrain. Il s'agit d'appréhender en quoi les expériences entrepreneuriales des femmes rencontrées sont vécues selon une approche libérale ou radicale de *l'empowerment* : constituent-elles un outil d'épanouissement individuel compatible avec les structures inégalitaires actuelles ou représentent-elles un nouveau rapport au travail qui inaugure des perspectives de changement social ?

---

254 La seconde approche féministe de l'entrepreneuriat s'inscrit dans la troisième vague du féminisme. Pour plus de précisions, les travaux de Nancy Fraser détaillent les différentes périodes du féminisme et leurs idéologies afférentes (Fraser, 2012).

### 2.2.1.2 Un renversement de la vision capitaliste et patriarcale du travail

La seconde approche féministe de l'entrepreneuriat m'invite à appréhender plus globalement le concept de travail en le décentrant du point de vue capitaliste et patriarcal. En examinant les expériences d'entrepreneuses immigrées qui agissent dans le secteur de l'économie solidaire, deux chercheuses récusent la notion de travail en contexte capitaliste au profit de « la reconnaissance de l[']a place [de ces femmes] et de leur rôle dans la construction d'autres modèles de développement » (Hersent, Rita-Soumbou, 2011, p.31). En visant une transformation économique, sociale, et politique de la société, elles rejoignent les sociologues et les philosophes qui proposent une nouvelle théorie du travail. Elles déconstruisent la frontière traditionnelle entre le travail et le hors-travail qui est fondée sur les valeurs capitalistes de l'intérêt individuel et de la lucrativité. Elles redéfinissent le travail à partir des expériences des individus et des groupes minorés en refusant de les altérer. La théorie de la division sexuelle du travail élaboré par la sociologue féministe Christine Delphy a contribué à cette critique de la définition conventionnelle et restreinte du travail qui hiérarchise les valeurs et infériorise les pratiques des personnes minorées, en l'occurrence les femmes. Elle montre que les activités domestiques<sup>255</sup> qui sont menées par les femmes sont dévalorisées car elles sont non-marchandes (Delphy, 1998). Elles sont dites « reproductives » alors qu'elles participent à la production de la société capitaliste en permettant au travail dit « productif » des hommes de fonctionner. De manière générale, les chercheuses féministes élargissent la notion de travail aux activités non salariées, non marchandes, non rémunérées, et/ou informelles pour lui donner une forme extensive (Simonet, 2018 ; Albert et al., 2017)<sup>256</sup>.

L'approche féministe de l'entrepreneuriat conduit à déconstruire le concept de travail pour proposer des pistes d'*empowerment* à partir des expériences entrepreneuriales des personnes minorées. Ces dernières étant nombreuses en QPV, il s'agit de mobiliser la notion de travail extensif pour étudier ses effets en termes d'*empowerment* chez les entrepreneuses enquêtées.

---

255 Les activités domestiques recouvrent le travail non rémunéré effectué à l'intérieur des ménages (entretien, cuisine, jardinage, soin des enfants, des parents, des animaux, etc). Alors que ces activités participent au bien-être de la population, elles ne sont pas comptabilisées dans le produit intérieur brut (PIB) qui mesure la richesse nationale.

256 Il n'existe toutefois pas une conception homogène du travail chez les chercheuses féministes. Le concept fait l'objet de débats internes au mouvement que je n'ai pas l'occasion d'approfondir ici.

## 2.2.2 *Un travail entrepreneurial extensif à l'empowerment limité*

### 2.2.2.1 L'entrepreneuriat comme travail extensif qui rejoue les inégalités

Les résultats d'enquête exposés jusqu'à présent révèlent la prégnance du travail extensif dans les pratiques entrepreneuriales des individus rencontrés. Le travail qu'ils mènent « à côté » de leur travail « productif » en est indissociable car il l'organise. Leurs expériences entrepreneuriales se composent d'activités monétaires et non monétaires qui sont fondées sur des relations sociales qui entrelacent leur sphère professionnelle et leur sphère domestique. Elles sont souvent démarchandisées. La dimension extensive de leur travail entrepreneurial s'explique par le fait qu'ils conçoivent moins l'entrepreneuriat comme une activité économique à part entière qu'une adéquation de leur champ professionnel à leur vie privée. En entreprenant, ils ne cherchent pas à faire du profit mais à donner du sens à leur parcours de vie, malgré des situations socio-économiques précaires qui les contraignent parfois à considérer la création d'entreprise comme un moyen de subsistance.

Bien que les activités entrepreneuriales des individus enquêtés relèvent du travail extensif, leur portée émancipatrice est limitée. Le manque de reconnaissance du travail extensif par les acteurs politiques et économiques nationaux infériorise ces expériences entrepreneuriales qui doivent intégrer le cadre formel pour être légitimées. Les pratiques entrepreneuriales extensives constituent un moyen d'accéder au travail entrepreneurial productif structuré par les institutions, en mobilisant des ressources personnelles pour créer une valeur économique qui soit reconnue sur le marché. Le travail extensif des entrepreneurs rencontrés s'inscrit ainsi dans le modèle capitaliste et perpétue parfois ses dimensions inégalitaires. Par exemple, il reproduit la précarité financière de certains publics. Dans la démarche entrepreneuriale de plusieurs personnes rencontrées, la frontière entre l'activité bénévole et l'activité rémunérée est brouillée. Ce brouillage conduit souvent à une absence de revenu, comme l'illustre le choix de la gérante de l'espace de coworking à domicile d'aider ses congénères plutôt que de se rétribuer.

« *Une mécène de mes coworkeuses* » (mai 2019)

Une entrepreneuse d'une quarantaine d'années, française d'origine normande, accompagnée par la Miel, utilise cette expression pour montrer qu'elle éprouve des difficultés à fixer des tarifs aux places de coworking qu'elle loue. Ancienne utilisatrice de bureaux partagés parisiens, elle déplore leur manque de convivialité et propose des espaces de travail

conviviaux dans son domicile pour lutter contre la solitude de ses pairs. Elle héberge plusieurs entrepreneuses desquelles elle se sent proche car elles partagent la même aspiration de reconversion professionnelle et vivent dans le même tissu de voisinage. Elles entretiennent des relations amicales davantage que des relations professionnelles. Dans cette indissociabilité de la sphère du travail et de la sphère privée, l'entrepreneuse aide les coworkeuses à développer leurs projets en baissant ses tarifs de location au détriment de la rentabilité de son propre projet. Elle travaille bénévolement sans toucher de rémunération en comptant sur le soutien financier de son époux. Elle déclare : « L'ambition, ce n'est pas que ça génère de l'argent ». Elle réfléchit toutefois à proposer des prestations de *team building*<sup>257</sup> à des entreprises en complément des bureaux loués. Celles-ci lui apporteraient un revenu en lui permettant de continuer à héberger ses homologues à prix coûtant. En menant sa démarche entrepreneuriale selon une logique du *care*, la gérante de l'espace de coworking à domicile reproduit la précarité financière qu'elle vivait en étant sans emploi.

Cette expérience entrepreneuriale pose la question de l'autonomie financière qui constitue un enjeu primordial pour des personnes minorées et/ou en situation économique précaire. L'absence de rémunération est renforcée par un rapport distant à l'argent, présent chez la majorité des individus rencontrés. Cette distance au gain financier<sup>258</sup> participe à la reproduction des inégalités de richesse. Par exemple, le genre influence souvent la lucrativité. Les travaux en entrepreneuriat montrent que les femmes sont généralement moins attirées par l'argent que les hommes. Bien que l'échantillon d'enquête de la thèse soit trop faible pour être significatif, il corrobore ces résultats. Parmi les 6 individus qui ont cité la richesse comme source secondaire de motivation à entreprendre, 4 sont des hommes. Alors que 4 des 9 hommes enquêtés ont spontanément évoqué l'argent, seulement 2 des 18 femmes enquêtées ont fait de même. A l'inverse, 4 d'entre elles ont tenu à dissocier explicitement leur démarche entrepreneuriale de l'appât du gain en déclarant qu'elles ne créaient pas une entreprise pour gagner de l'argent. Cette mise à distance du profit ne les empêche pas d'être angoissées à l'idée de n'avoir aucun revenu. Deux entrepreneuses ont comparé la lenteur de leur réussite économique à la rapidité de celle d'hommes de leur entourage. C'est le cas de la prestatrice de chorales d'entreprise qui évoque son frère : « Mais il n'est pas du tout dans la même démarche. Il fonce. Lui, il va ». Cette différence de pratique l'ébranle et la remet en cause : « c'est hyper déstabilisant. Mais tu te dis, c'est quoi mon problème ? » (mars 2019). L'anxiété de ne pas se rémunérer est provoquée par la peur de l'insécurité financière dans laquelle les entrepreneuses placeraient leur famille. S'inquiétant pour le bien-être de leur foyer, 7 femmes expriment cette peur, comme la créatrice de l'incubateur cosmétique, la créatrice du site internet de vente de

---

257 Cette expression anglophone désigne des activités qui visent à renforcer l'esprit d'équipe.

258 Elle est produite par des différents processus sociaux et culturels qui conduisent les individus à ne pas chercher le profit.

produits artisanaux ethniques, la prestatrice de chorales d'entreprise, la créatrice du site internet de mise en réseau d'entrepreneurs, ou encore la gérante du salon d'esthétique. A l'inverse, aucun homme enquêté ne l'évoque. L'angoisse de précariser leur famille conduit ces femmes à limiter les investissements financiers pour leur projet, ce qui freine sa croissance. Les entrepreneuses rencontrées créent généralement des entreprises de plus petite ampleur que les entrepreneurs rencontrés. Elles ont majoritairement choisi le statut de micro-entreprise tandis que leurs homologues masculins ont préféré la SAS. Ce résultat local rejoint les résultats nationaux. D'après les données de l'année 2019 recensées sur les sites internet de la BPI et de l'Agence centrale des organismes de sécurité sociale, 55 % des travailleuses indépendantes sont des micro-entrepreneuses alors que la moyenne des micro-entrepreneurs chez l'ensemble des travailleurs indépendants se situe à 47 %. La dimension extensive du travail fourni par les entrepreneurs enquêtés ne réduit donc pas forcément leur situation de précarité. Ce constat contrevient à l'idée que l'entrepreneuriat des personnes minorées constituerait un processus d'*empowerment* car la précarité restreint leurs capacités d'action.

#### 2.2.2.2 Un choix sous contrainte : le cas des mères entrepreneuses

Le paragraphe qui suit interroge la dimension émancipatrice du travail entrepreneurial à partir du public des mères entrepreneuses en reprenant les deux approches féministes qui articulent différemment l'*empowerment* et l'entrepreneuriat. Les mères entrepreneuses représentent 16 des 27 personnes suivies pendant l'enquête. Elles constituent un thème de recherche récent qui a fait l'objet de plusieurs travaux en sociologie du travail (Landour, 2019 ; Richomme-Huet, Vial, 2017). Dans un article intitulé « Le mouvement des MAMpreneurs en France : phénomène féministe libéral ou radical ? », les chercheuses en sciences de gestion et de management Katia Richomme-Huet et Virginie Vial analysent le phénomène du mampreneuriat qu'elles définissent comme « une forme d'entrepreneuriat largement poussée par le désir de réalisation d'une « harmonie entre vie privée et vie professionnelle » au travers d'une orientation identitaire qui estompe la limite entre les rôles de « mère » et de « femme d'affaires » » (*ibid.*, p.104). Elles affirment que les mampreneuses sont féministes en ce qu'elles déconstruisent une conception de l'entrepreneuriat fondée sur la performance économique et sur la dichotomie entre la sphère professionnelle et la sphère familiale car elles mènent un projet qui s'articule à leur fonction de mère. La création de collectifs de mères entrepreneuses renforcerait par ailleurs leur capacité d'action. Les autrices distinguent deux formes de féminisme mampreneur qui rejoignent les deux approches précédemment évoquées.

Les mampreneures libérales cherchent l'égalité des droits dans le travail et « prom[euvent] une nouvelle organisation de la société capitaliste » (*ibid*, p.146) sans renverser les rapports patriarcaux qui la structurent. L'*empowerment* prend une forme individuelle et fonctionnelle. A l'inverse, les mampreneures radicales s'opposent à l'économie capitaliste qui distingue les activités reproductives des activités productives en intégrant la logique du *care* dans leur projet d'entreprise, et en élaborant une vision holiste des sphères professionnelle et familiale. L'*empowerment* prend une forme collective et politique.

Les entretiens menés auprès de 16 mères entrepreneuses poursuivent la réflexion sur la conciliation des statuts de mère et de travailleuse comme processus d'*empowerment*. Les entrepreneuses ont toutes évoqué d'elles-mêmes l'existence de leurs enfants qui influencent leur démarche entrepreneuriale<sup>259</sup>. Cette dernière est vécue comme une liberté qui leur permet d'adapter leur sphère professionnelle à leur sphère familiale. Parmi les 16 mères entrepreneuses, 13 citent la gestion de leur temps comme motivation à entreprendre en considérant que le travail indépendant offre une souplesse par rapport au travail salarié. La liberté qu'elles recherchent dans l'entrepreneuriat correspond à leur envie personnelle de passer du temps avec leurs enfants, mais aussi à une adaptation sociale par rapport aux contraintes genrées du travail domestique. Cette liberté contrainte est visible dans l'exemple de la garde des enfants de la créatrice de l'incubateur cosmétique. Si ses filles constituent un facteur positif qui l'incite à entreprendre pour leur procurer un modèle de femme autonome, elles constituent aussi un frein qui l'empêche de développer son activité autant qu'elle le souhaite. Le soin des enfants, dont la responsabilité est inégalement partagée avec son conjoint, réduit son temps de concentration, sa mobilité spatiale, et son bien-être au détriment de l'expansion de son entreprise. Sa fonction de mère contraint sa fonction d'entrepreneuse. Ce parcours est représentatif de 9 mères entrepreneuses qui ont déclaré gérer leur emploi du temps professionnel en fonction de leurs obligations familiales. Leur démarche entrepreneuriale favorise la conciliation de leurs fonctions maternelles et professionnelles, permettant de reproduire la division sexuelle des tâches qui structure la société capitaliste et patriarcale. Dans ce contexte, le mampreneuriat apparaît comme un choix subi. Il s'agit moins d'un *empowerment* collectif que d'une adaptation individuelle aux contraintes structurelles, à l'intérieur desquelles les entrepreneuses s'approprient leur maternité selon leur envie personnelle et selon l'injonction sociale qui naturalise cette relation.

---

259 Au contraire, 7 des 9 hommes entrepreneurs enquêtés n'ont jamais abordé le sujet. La suite des entretiens ne m'a pas toujours permis d'apprendre s'ils avaient des enfants.

Ce résultat d'enquête confirme les résultats précédents concernant l'existence d'un processus d'*empowerment* par l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV. Les conseillers agissent au niveau individuel en démocratisant l'accès aux ressources pour entreprendre et en augmentant le capital humain des publics minorés afin de les intégrer au monde économique formel, sans déstabiliser les rapports inégalitaires qui le structurent. En cela, ils rejoignent l'approche libérale de l'*empowerment* qui revendique l'égalité des droits dans la société capitaliste. Ce constat épouse les propos de chercheuses féministes qui considèrent que les politiques publiques entrepreneuriales entravent plus qu'elles ne favorisent le changement économique, social, et politique en faveur des femmes. Le discours qui valorise l'égalité des chances à entreprendre constitue une « distraction » qui masque l'injonction faite aux femmes d'effectuer la majorité des tâches domestiques en leur accordant le droit à travailler (Calas et al., 2009, p.558). Les entrepreneuses ont la charge personnelle de trouver un équilibre entre leur fonction de mère et leur fonction de travailleuse.

Les expériences entrepreneuriales des individus minorés qui vivent en QPV, et plus précisément des femmes enquêtées, reposent sur des formes de travail extensif qui dépassent la définition de l'entrepreneuriat comme une activité de création de valeur dans l'économie de marché. Leur démarche entrepreneuriale leur permet de s'épanouir en répondant à leurs aspirations personnelles de maîtrise de leur vie quotidienne. Ces aspirations déterminent leurs pratiques de travail qui constituent par ailleurs des sources de souffrance et qui s'inscrivent dans des rapports sociaux inégalitaires.

## **Conclusion**

Ce septième chapitre a interrogé la portée émancipatrice des expériences de travail entrepreneurial menées par des individus qui vivent en QPV.

Dans un contexte territorial où l'accès à l'emploi salarié est restreint et où les situations socio-économiques sont souvent précaires, les entrepreneurs enquêtés s'approprient le discours qui valorise la création d'entreprise comme une démarche d'épanouissement personnel en s'écartant du discours qui l'assimile au profit et à l'innovation technologique. Leurs expériences entrepreneuriales s'appuient sur des formes de travail extensif qui imbriquent leurs sphères professionnelle, familiale, et personnelle dans la quête d'une meilleure vie

quotidienne. Cette imbrication sociale, temporelle, et spatiale n'est pas propre aux entrepreneurs qui vivent en QPV, bien que leurs ressources limitées la renforcent. Source à la fois de plaisir et de souffrance, d'épanouissement et d'exploitation, elle répond à leurs aspirations personnelles autant qu'à des adaptations aux contraintes sociétales dans un jeu constant de négociation.

Il s'agit maintenant de préciser lesquelles de ces expériences plurielles de travail entrepreneurial sont valorisées par les acteurs publics locaux pour questionner la reconnaissance institutionnelle des entrepreneurs minorés en vue de leur *empowerment*.



# CHAPITRE 8 : UNE RECONNAISSANCE DIFFÉRENCIÉE DANS L'ESPACE URBAIN

Le chapitre 8 examine quelles pratiques entrepreneuriales sont mises en valeur dans l'espace urbain par les pouvoirs publics locaux, pour interroger la reconnaissance institutionnelle des individus qui les portent.

Il s'agit de demander en quoi les politiques locales de soutien à l'entrepreneuriat en QPV traduisent une reconnaissance différenciée des entrepreneurs qui vivent dans ces territoires. En suivant une approche de géographie sociale qui appréhende les rapports de pouvoir dans l'espace<sup>260</sup>, le chapitre interroge l'accès à l'espace urbain des diverses activités entrepreneuriales en examinant leur mise en visibilité par les acteurs institutionnels, et quels entrepreneurs en tirent bénéfice.

Pour ce faire, je m'appuie surtout sur l'enquête menée à Plaine Commune et à Saint-Denis car leurs élus y envisagent le soutien à l'entrepreneuriat comme une politique de développement local<sup>261</sup>. Dans ce cadre, je mobilise des travaux en recherche urbaine qui ont étudié les politiques commerciales de ce territoire.

La première section étudie en quoi le travail entrepreneurial repose sur l'inscription locale des entrepreneurs, qui participent au développement de sa vie urbaine. La deuxième section précise leur présence dans l'espace urbain en fonction des positions des acteurs institutionnels locaux à leur égard, révélant une reconnaissance différenciée des activités entrepreneuriales alors qu'elle constitue une source de légitimité pour les personnes accompagnées.

---

260 Dans un ouvrage épistémologique qui éclaire les fondements et les orientations de la géographie sociale actuelle, la géographe Raymonde Séchet rappelle que l'espace constitue un support et un acteur des régulations sociales qui manifestent des rapports de pouvoir (Séchet, Veschambre, 2006).

261 Ce n'est pas le cas de Nantes Métropole, qui considère le soutien à l'entrepreneuriat en QPV principalement comme une politique d'insertion sociale. Durant l'enquête, les entrepreneurs accompagnés par Osez Entreprendre n'ont pas été perçus comme des acteurs du développement économique local.

# **1 Un espace local vécu et produit par les entrepreneurs**

## **1.1 Des entrepreneurs producteurs des espaces du quotidien**

### *1.1.1 Le quartier, territoire quotidien des pratiques entrepreneuriales*

#### 1.1.1.1 Le logement, lieu pivot des activités

La section qui suit illustre l'inscription dans l'espace local des activités entrepreneuriales étudiées, avant d'examiner en quoi leur présence constitue un enjeu de reconnaissance qui est déterminé par les positions des acteurs publics locaux. Comme l'a démontré le chapitre précédent, la dimension extensive du travail entrepreneurial brouille la frontière entre l'espace public et l'espace privé des individus enquêtés. L'imbrication spatiale de leur sphère domestique et de leur sphère professionnelle configure leur territoire du quotidien. Ce constat est visible à l'échelle du foyer. Souvent vécue comme une contrainte, la superposition de la vie professionnelle à la vie familiale au sein du logement conduit parfois à ouvrir ce dernier sur l'extérieur. Pour la gérante d'un espace de coworking à domicile, le déménagement familial devient une opportunité économique.

*« Parce que c'est super grand, c'est super beau, et qu'il y a même un intérêt patrimonial à ouvrir un peu cet endroit que les gens n'ont jamais vu » (mai 2019)*

La créatrice de l'espace de coworking à domicile me reçoit dans sa maison située à deux pas de la Basilique de Saint-Denis. Celle-ci est aussi son lieu de travail, qu'elle a décidé d'ouvrir au public.



Illustration 49: Façade de l'habitation

*Réalisation : Loréna Clément, mars 2020.*

Après la naissance de son troisième enfant en 2016, le couple emménage dans la demeure visible sur le premier plan gauche de la photographie. Sa taille, son architecture, et le crédit à payer conduisent le couple à la transformer en un projet ouvert au public. Comme le montre l'illustration, des panneaux accrochés au portail extérieur détaillent aux passants les activités accessibles. Ils créent une jonction entre l'espace privé et l'espace public. Le jardin est ouvert le vendredi après-midi à toute personne désireuse de travailler la terre ; le rez-de-chaussé, le sous-sol, et un pavillon extérieur sont consacrés aux coworkers qui y reçoivent leurs clients. Deux bureaux, six postes, et deux ateliers y sont installés. Pour recréer une dissociation entre l'espace privé et l'espace public à l'intérieur du domicile, le lieu dédié au projet entrepreneurial de la femme est dissocié du lieu dédié à la famille situé au premier étage : « ce n'est pas du tout chez nous. Absolument pas. Ah non, absolument pas. Le rez-de-chaussé, ce n'est pas chez nous ». La rue ne constitue plus la frontière entre l'espace intime et l'espace ouvert. Celle-ci s'est déplacée à l'intérieur de l'habitation.

La configuration spatiale du domicile et la situation sociale du couple incitent celui-ci à l'ouvrir à l'extérieur. Ces conditions d'ouverture ne sont pas partagées par la majorité des entrepreneurs rencontrés<sup>262</sup>. Ce cas particulier invite cependant à réfléchir à la manière dont le travail entrepreneurial extensif participe à la reconfiguration des pratiques urbaines locales, en décalant les frontières entre l'espace privé et l'espace ouvert.

#### 1.1.1.2 Des ressources à l'échelle du quartier

La majorité des 27 entrepreneurs enquêtés travaille à domicile faute de moyens financiers. Pour rappel, 7 d'entre eux possèdent un local d'activité, 12 travaillent chez eux, et 8 travaillent à domicile mais utilisent périodiquement des espaces de travail partagé. Dans ce contexte, ils utilisent les ressources qui sont présentes dans leur quartier car celles-ci sont les plus proches. Le bilan annuel de la Miel pour l'année 2018 énonce que 78 % des personnes accompagnées par la structure créent leur entreprise dans la ville où elles vivent. L'échelle spatiale de la vie quotidienne constitue un support de l'activité économique, car elle concentre les liens forts sur lesquels s'appuient les entrepreneurs. La proximité de la famille et des voisins les transforme en appuis rapidement mobilisables dans une logique de débrouille. Du fait d'une forte sociabilité de voisinage, le quartier constitue une ressource entrepreneuriale qui interroge l'existence d'un capital d'autochtonie dans la création et le développement d'activité des entrepreneurs des QPV. Forcée en 1980 par les sociologues Jean-Claude Chamboredon et Michel Bozon dans une recherche qui montre en quoi le statut d'originaire du pays constitue une ressource symbolique dans l'accès aux réserves de chasse pour les migrants des classes populaires qui ont quitté la campagne pour la ville, la notion a été reprise et développée par Jean-Noël Retière dans sa thèse publiée en 1994 qui étudie la construction d'une endocratie ouvrière fondée sur l'engagement dans la communauté locale dans l'espace municipal communiste de la ville de Lanester en Bretagne. Dans un article qui retrace l'histoire de cette notion, le sociologue Nicolas Renahy propose une définition minimale du capital d'autochtonie comme « l'ensemble des ressources que procure l'appartenance à des réseaux de relations localisés » (Renahy, 2010, p.9). L'engagement sur un territoire permet de s'approprier l'espace local et d'acquérir des capitaux. Cette appartenance à un groupe localisé constituerait une ressource spécifique aux classes populaires qui ne peuvent pas s'appuyer sur

---

262 S'ils produisent et stockent leurs produits principalement à domicile, les entrepreneurs rencontrés vendent le plus souvent en dehors de leur habitation. Toutefois, l'architecte en conception lumineuse a aussi ouvert son domicile en consacrant l'une de ses pièces à l'accueil de ses clients.

des capitaux économique et culturel<sup>263</sup> pour acquérir une légitimité. Ce capital produit dans et par l'espace traduit ainsi des rapports de pouvoir, les détenteurs d'un capital d'autochtonie s'approprient l'espace local tandis que d'autres populations sont invisibilisées. Il nécessite néanmoins d'être reconnu par les autorités locales pour être effectif. Si le rôle des acteurs institutionnels locaux dans la réalisation du capital d'autochtonie des entrepreneurs accompagnés sera examiné dans la seconde section du chapitre, les résultats présentés ici montrent en quoi ces entrepreneurs s'approprient l'espace local en mobilisant des réseaux de relations localisés dans leur quartier, comme une ressource pour entreprendre. Ces réseaux prennent la forme de liens familiaux et amicaux, mais aussi d'appartenance à un groupe ethnique qui est présent dans l'espace urbain, comme l'illustre l'inscription locale des pratiques entrepreneuriales du vendeur de produits cosmétiques.

*« Tu mêles la vie personnelle, la vie professionnelle et la vie d'entrepreneur, tout ça dans un endroit qui est sur le lieu de vie » (février 2019)*

Adaptant son espace professionnel à son lieu de vie familiale, l'entrepreneur accompagné par la Miel habite à Saint-Denis et travaille à l'échelle locale grâce aux relations sociales de proximité qu'il y a tissées. Il loue un local situé à 5 minutes à pied de la crèche de ses enfants, après avoir vu que celui-ci était vacant lors d'un trajet pédestre routinier. Espace de vie, de stockage, de prise de rendez-vous, son quartier constitue aussi un espace de vente. L'entrepreneur a démarché des boutiques situées à proximité de son logement et de son local d'activité. Celles-ci exposent leur appartenance aux cultures afro-caribéennes et vendent des produits adressés aux personnes noires et métisses. En valorisant sa nationalité béninoise et ses lotions capillaires destinées d'abord aux « personnes afro-descendantes noires », l'entrepreneur a réussi à commercialiser ses produits dans deux d'entre elles. Le laboratoire de production avec lequel il travaille se situe également à proximité, en région parisienne, à une heure de voiture de son domicile<sup>264</sup>. Ce choix partenarial repose sur plusieurs critères. L'entrepreneur a souhaité une proximité spatiale pour récupérer lui-même les produits finis, et éviter de payer des frais de livraison et/ou de stockage. Il a aussi souhaité une proximité sociale en travaillant avec un laboratoire qu'il connaît car : « on [sa femme et lui] part du principe que pour réussir, il faut penser aussi à faire réussir les gens qu'on connaît [...]. Du moment que tu payes, que ce soit ton voisin ou un étranger, tant qu'à faire, travailler avec ton voisin, quoi. C'est logique. Donc nous, c'est un peu ce qu'on se dit. Dès qu'on a des contacts ou du réseau, on essaye de vivre dans ce réseau, et du coup d'être dans cette volonté de partage, d'échanges, donnant-donnant ». En choisissant de concilier son espace de vie et son espace de travail, l'entrepreneur s'appuie sur et construit une sociabilité de voisinage qui concourt au développement de son activité économique.

Dans ce cas, j'emploie le capital d'autochtonie dans un sens restreint pour comprendre le rôle

263 Des sociologues utilisent toutefois le capital d'autochtonie pour appréhender le rapport à l'espace des classes supérieures. C'est notamment le cas de Sylvie Tissot dans une enquête sur un quartier ancien gentrifié de Boston (Tissot, 2010).

264 La rareté générale des laboratoires oblige l'entrepreneur à étendre son périmètre d'action, malgré sa recherche d'une proximité spatiale.

d'un capital social inscrit localement dans le développement des activités entrepreneuriales des personnes qui vivent en QPV. Bien que des entrepreneurs rencontrés agrandissent parfois leur périmètre de commercialisation au fil du temps, le quartier et/ou la ville constitue souvent un support spatial déterminant l'organisation de leurs activités car ils emboîtent leurs réseaux, lieux, et temporalités professionnelles et personnelles. Deux traiteuses culinaires, un acheteur-revendeur de voitures, l'artiste de musique rap, la couturière de vêtements en wax, l'enseignante de cours alternatifs, l'un des créateurs d'une plateforme multiservices pour les populations africaines, et la gérante de l'espace de coworking à domicile travaillent et vendent la quasi-totalité de leurs produits dans ou à proximité immédiate de leur quartier d'habitation<sup>265</sup>. L'inscription locale de leur activité s'explique en partie par la faiblesse de leurs ressources économiques et culturelles, qui les incite à s'appuyer sur les réseaux de relations localisés qu'ils construisent dans leur vie quotidienne. Elle traduit une forme minimale du capital d'autochtonie, qui représente moins une stratégie d'engagement explicite dans l'espace local qu'une utilisation pragmatique des ressources existantes pour développer son entreprise. Ce constat propose ainsi une autre définition du capital d'autochtonie, qui suppose normalement une démarche d'engagement dans une communauté locale dans l'optique d'acquiescer un pouvoir politique. L'enjeu est d'abord d'ordre économique<sup>266</sup>.

Les pratiques des individus rencontrés s'apparentent à un entrepreneuriat de la proximité car l'espace local constitue le principal cadre socialisateur à partir duquel ils créent et/ou développent leur activité économique. Pour autant, leurs réseaux de relations localisés ne s'arrêtent pas au périmètre qu'ils parcourent au quotidien. Ils dépendent aussi de leurs origines géographiques, qui leur procurent des ressources pour entreprendre.

---

265 Les autres entrepreneurs enquêtés vendent dans leur espace de vie locale couplé au centre-ville nantais (c'est le cas pour la gérante de l'institut d'esthétique, la conseillère en beauté et bien-être, la vendeuse d'objets décoratifs marocains), à leur espace régional (c'est le cas pour deux entrepreneurs du BTP, 2 traiteuses culinaires, l'organisatrice de mariages multiethniques, la prestataire de chorales d'entreprise, le producteur de rhums arrangés), et dans une moindre mesure à l'espace national (c'est le cas d'un entrepreneur du BTP, de la prestataire de storytelling pour les entreprises de la maison, et des quatre entrepreneurs qui gèrent des plateformes numériques).

266 La primauté de la dimension économique n'empêche toutefois pas des effets d'ordre social ou politique.

## 1.1.2 Une inscription locale transnationale

### 1.1.2.1 Les ressources familiales et culturelles de l'étranger

L'inscription dans le quartier d'une partie des ressources utilisées par les entrepreneurs enquêtés est souvent couplée à des réseaux de relations inscrits dans leur territoire d'origine. Pendant l'enquête, la dimension internationale de leurs entreprises est ressortie de manière évidente. Parmi les 27 personnes enquêtées, 11 ont développé un projet qui s'inscrit dans un pays étranger, et 5 envisagent de le faire à l'avenir. Bien que de types et de géographies diverses, ces relations internationales sont entretenues avec des fournisseurs plus qu'avec des clients. Elles sont surtout localisées dans des pays africains. Elles se matérialisent parfois dans l'acquisition ou la location d'une boutique sur place. Un chauffeur VTC accompagné par Osez Entreprendre ouvre une boutique au Maroc, deux amis créent deux agences multiservices au Congo, l'entrepreneur du BTP veut exporter sa structure métallique au Cameroun, ou encore un autre entrepreneur du BTP entend ouvrir une filiale en Côte d'Ivoire. La dimension internationale des activités des individus enquêtés s'inscrit dans leur histoire personnelle et familiale. Sa localisation coïncide la plupart du temps avec leurs origines géographiques, car ils mobilisent leurs liens forts comme leur famille et leurs amis vivant sur place. Elle constitue un deuxième territoire vécu à côté du quartier, qui représente leur espace du quotidien. La prééminence des implantations africaines s'explique par la prééminence des origines africaines des personnes enquêtées. Parmi les 16 entrepreneurs qui ont mentionné des relations internationales, seulement 2 sont en contact avec des partenaires situés en dehors de leur pays d'origine. La trajectoire entrepreneuriale du vendeur de produits cosmétiques exposé précédemment est représentative de la double inscription spatiale de la majorité des entrepreneurs rencontrés. Travaillant au quotidien à l'échelle de son quartier, il entend exporter son projet au Bénin car il y possède des attaches familiales. Le parcours du chauffeur VTC illustre aussi cette double inscription.

#### *Un garage en QPV pour une boutique au Maroc*

Un homme de presque 30 ans, français d'origine marocaine, titulaire d'un diplôme de technicien-ingénieur, a créé une entreprise de VTC en 2017 avec le soutien de la BGE dans le cadre d'Osez Entreprendre. Un an plus tard, il couple son activité de conduite à de l'achat-revente de voitures d'occasion. Invité à s'associer à un ami qui gère un garage implanté dans un QPV nantais, il accepte l'opportunité. Ces deux activités ne représentent pas une fin en soi. Elles doivent permettre à l'entrepreneur de se constituer une trésorerie pour ouvrir une boutique d'articles divers au Maroc. Sur place, son père possède un local dans lequel il vend

l'huile d'olive qu'il produit. L'entrepreneur nantais souhaite réaménager cette boutique en utilisant son réseau familial et amical présent là-bas. Il envisage d'ailleurs d'embaucher l'une de ses cousines marocaines pour tenir la caisse lorsqu'il sera en France.

Ces trajectoires entrepreneuriales invitent à repenser la notion de capital d'autochtonie à l'aune de l'entrepreneuriat transnational des classes populaires immigrées. Si les chercheurs en entrepreneuriat ethnique ont d'abord étudié l'intégration des entreprises immigrées dans la société d'accueil, certains se sont par la suite penchés sur leurs dynamiques de mobilité. Le sociologue Alain Tarrius a montré en quoi un quartier du centre marseillais était structuré par des relations économiques et sociales internationales intenses, liées au développement d'entreprises tenues par des immigrés (Tarrius, 2012). Depuis une vingtaine d'années, l'importance et la spécificité du caractère transnational de l'entrepreneuriat immigré constituent des objets de débat chez les chercheurs. A partir d'une enquête menée auprès de 1 200 Colombiens, Dominicains, et Salvadoriens ayant immigré aux Etats-Unis, les sociologues Alejandro Portes, William Haller, et Luis Eduardo Guarnizo ont montré qu'une large part s'inscrit dans un entrepreneuriat transnational, c'est-à-dire que leur activité économique locale repose sur des voyages fréquents à l'étranger (Portes, Haller, Guarnizo, 2002). Ces travaux remettent en cause les dichotomies entre l'ici et le là-bas, le local et le global, l'autochtone et l'étranger, en exposant l'intérêt d'une analyse multisituée. Celle-ci permet de repenser le capital d'autochtonie des entrepreneurs rencontrés. Les réseaux de relations qu'ils mobilisent pour développer leur activité sont localisés dans l'espace local de leur vie quotidienne, mais aussi dans l'espace local familial de leur pays d'origine avec lequel ils entretiennent des contacts. Leur mobilité et leur inscription locale ne s'opposent pas nécessairement. Elles sont même complémentaires chez le chauffeur de VTC, car les ressources qu'il tire du quartier lui permettent d'alimenter son projet marocain, et réciproquement. Son identité transnationale et son double ancrage local sont transformés en opportunités entrepreneuriales.

### 1.1.2.2 L'inscription locale de pratiques entrepreneuriales transnationales

Les réseaux de relations localisés à l'étranger ont des conséquences sur l'activité entrepreneuriale localisée dans l'espace de la vie quotidienne des entrepreneurs enquêtés. Leurs partenariats économiques et leurs attaches personnelles les conduisent à des allers-retours entre la France et leur pays d'origine. Ces voyages influencent leurs pratiques de

travail, dont les modalités diffèrent d'un territoire national à un autre. Ils articulent plusieurs univers entrepreneuriaux, comme l'illustrent les propos du vendeur de produits cosmétiques. Fils d'entrepreneurs béninois, il a l'habitude de côtoyer le milieu économique africain qui vit en France : « le commerce dans le milieu afro a des codes totalement différents du commerce qu'on voit à l'école en France » (février 2019). Selon lui, les codes africains sont fondés sur la parole donnée, contrairement aux codes français qui reposent sur la contractualisation juridique. Le sens de la ponctualité diffère aussi. Acculturé aux deux univers, l'entrepreneur jongle avec leurs codes respectifs en fonction du partenaire auquel il s'adresse. Si son capital social, culturel, et scolaire, couplé à sa jeunesse, favorise sa capacité d'adaptation au contexte, il en va autrement pour d'autres personnes rencontrées. Plusieurs traiteuses éprouvent des difficultés à sortir de l'informalité car elles sont influencées par leurs précédentes expériences de restauration à l'étranger. Une cuisinière gabonaise accompagnée par Osez Entreprendre gérait auparavant un restaurant au Gabon. Elle souffre aujourd'hui de l'écart entre les normes administratives, sanitaires, et culturelles gabonaises et les normes françaises qu'elle n'arrive pas à intégrer.

Nourries par plusieurs univers entrepreneuriaux, les activités des entrepreneurs apportent parfois des réponses aux demandes locales en diversifiant l'offre existante, notamment en produits ethniques. Parmi les 27 individus enquêtés, 13 proposent des produits et/ou des prestations ethniques comme des produits cosmétiques pour personnes à peau mate ou noire, des vêtements et accessoires en wax, des plats d'Afrique subsaharienne, ou encore des objets artisanaux de cultures diverses. Visibles dans l'espace public, ces produits donnent à voir d'autres manières de s'habiller, de prendre soin de soi, de se nourrir. La vitrine de la boutique Nofi met en lumière la pluralité culturelle apportée par des entrepreneurs d'origine étrangère dans l'offre et le paysage commerciaux dionysiens.



Illustration 50: La vitrine de Nofi visible depuis l'espace public

*Réalisation : Loréna Clément, juin 2020.*

Sur la partie gauche est présentée une veste en wax. Sur la partie droite sont exposées une poupée métisse et une tasse illustrée d'une reproduction du continent africain. Au fond du magasin, face à la porte d'entrée, trône un fauteuil artisanal africain. La transparence de la vitrine rend visible cette variété de produits issus des continents africain et américain aux passants d'une galerie commerciale extérieure, située à 2 minutes à pied de la Basilique de Saint-Denis.

Les entreprises d'une majorité des personnes enquêtées reposent sur des relations de sociabilité de voisinage déployées dans l'espace local de leur vie quotidienne, ainsi que dans

l'espace local de leur pays d'origine. Liées à leur trajectoire familiale et personnelle, ces relations se matérialisent dans l'espace urbain. Dans ce contexte, il s'agit de voir en quoi ces entrepreneurs participent à l'organisation de la vie urbaine locale.

### *1.1.3 Des pratiques entrepreneuriales qui proviennent de l'espace local et qui le produisent*

#### 1.1.3.1 Des pratiques en extérieur qui animent la vie locale

En fondant une partie de leur activité économique sur leurs réseaux personnels inscrits dans leur espace de vie quotidienne, les entrepreneurs rencontrés constituent des producteurs de l'espace urbain local. Les produits multiculturels qu'ils vendent ornent une partie du paysage commercial des terrains d'étude, comme la vitrine de la boutique Nofi. Par ailleurs, leurs pratiques entrepreneuriales structurent la vie locale. C'est le cas de la gérante de l'espace de coworking, dont le domicile représente un nouveau lieu de rencontres dans le quartier. Elle héberge une entrepreneuse qu'elle a connue par l'entremise d'une voisine qui participe au même atelier de jardinage. Cette dernière a ouvert un salon de thé au rez-de-chaussée de sa maison, située dans une rue perpendiculaire à celle de la gérante. Accompagnée par la Miel, elle y vend les biscuits et les jus de fruits de deux traiteuses suivies par la structure<sup>267</sup>. Le cas du rappeur nantais accompagné par Osez Entreprendre est également révélateur. Pratiquée dans l'espace public de son quartier et fondée sur ses relations communautaires, son activité entrepreneuriale stimule la vie urbaine locale. Habitué à rapper à l'extérieur en évitant les établissements musicaux institutionnels qu'ils jugent moins inventifs, l'entrepreneur y noue des liens qui constituent des opportunités économiques : « Non, j'ai appris comme ça. Et c'est pour ça, en fait, que je rencontre des gens, échanger. [...] Et c'est des échanges, en fait, que tu apprends plus de choses, que de payer pour une heure ou deux [au conservatoire], et tu rentres chez toi, non. Hors de question » (mars 2019). Ayant bâti son projet en utilisant les ressources présentes dans le quartier, le rappeur contribue maintenant à son animation en donnant des « des mini-shows » lors d'« événements organisés dans les quartiers, des trucs comme ça ». La vente ambulante des traiteuses enquêtées structure aussi la vie urbaine locale.

---

267 Ouvert en 2018, le salon de thé a fermé ses portes l'année suivante faute de revenu dégagé suffisant.

*« C'est les gens qui viennent, qui mangent, qui trouvent ça bon, et qui reviennent. C'est tout. » (décembre 2018)*

Arrivée en France en 2014, la cuisinière gabonaise d'une quarantaine d'années, accompagnée par l'Ouvre-Boîte 44, a décidé de lancer une activité de traiteur à la fin de son contrat d'insertion en 2018. Elle mise sur son savoir-faire pour créer son propre emploi. Elle utilise la cuisine de l'Incubateur pour produire et vendre sur le pas de la porte des plats africains à emporter. Sa clientèle est constituée d'habitants et de travailleurs du quartier qui viennent devant le local à la pause déjeuner, s'y croisent, et y discutent parfois. Comme le propriétaire de l'Incubateur souhaite récupérer sa cuisine, la cuisinière doit chercher un nouveau lieu de production et de vente. Elle veut rester à proximité car « j'ai déjà les clients qui sont autour » et sa communication est fondée sur le bouche-à-oreille. Elle parle de sa recherche d'un nouveau local aux commerçants voisins, dans l'espoir qu'ils trouvent ensemble une solution convenable.

L'inscription sociale et paysagère d'activités d'entrepreneurs traduit une forme d'appropriation de leur espace urbain local. Elle constitue une source d'opportunités entrepreneuriales<sup>268</sup> qui conduit à envisager que les entrepreneurs enquêtés développent et s'appuient sur un capital d'autochtonie, bien qu'ils ne le revendiquent pas comme tel.

### 1.1.3.2 Un accompagnement qui inscrit spatialement les activités

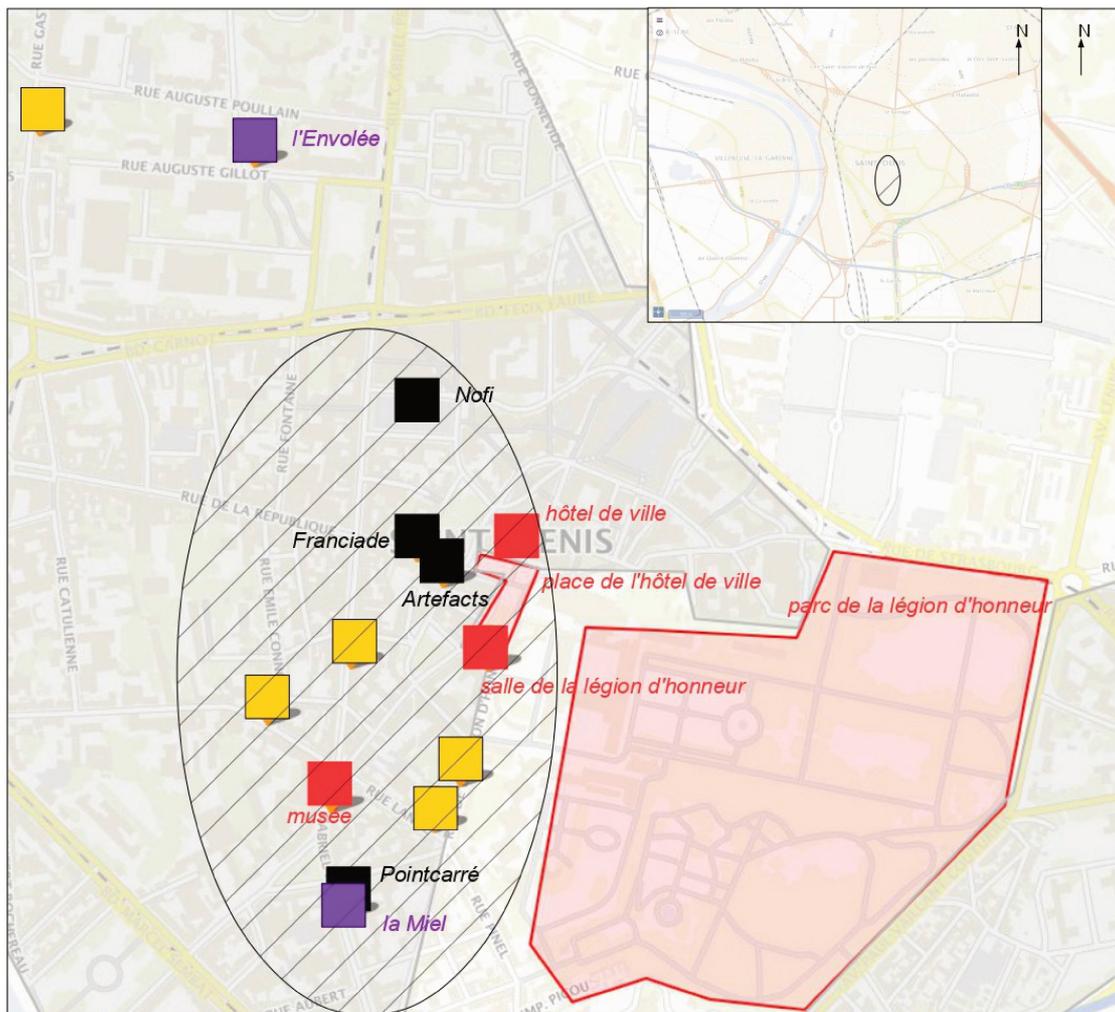
L'Ouvre-Boîte 44 a donné le contact de l'Incubateur à la cuisinière, et la Miel celui des traiteuses à la gérante du salon de thé. Cette mise en réseau crée des relations professionnelles locales qui participent à l'animation du quartier. De fait, les structures d'accompagnement étudiées jouent aussi un rôle dans l'inscription locale des activités des entrepreneurs. Ce constat est surtout visible à la Miel qui représente un « outil territorial de développement » au service de l'intercommunalité, comme l'a rappelé son président lors de l'assemblée générale (juin 2019). Toutefois, il semble que la Miel agit moins sur la vie urbaine de l'ensemble des villes de Plaine Commune que sur celle de Saint-Denis où elle est implantée. La prédominance des entrepreneurs accompagnés qui vivent et qui créent à Saint-Denis<sup>269</sup>, ainsi que des formations organisées dans la ville, expliquent en partie ce phénomène. Situés à proximité les uns des autres, des entrepreneurs dionysiens qui se sont rencontrés par la Miel se recroisent régulièrement dans l'espace local de leur vie quotidienne. C'est le cas de

---

268 Par exemple, elle leur procure une scène de commercialisation et elle favorise les interactions sociales qui peuvent se transformer en échanges économiques.

269 D'après le rapport d'activité de l'année 2019, 34 % des entreprises créées accompagnées par la Miel se sont implantées à Saint-Denis cette année-là.

l'entrepreneuse qui propose du storytelling aux entreprises de la maison et de la prestatrice de chorales d'entreprise. L'activité de la première est domiciliée au rez-de-chaussée de l'immeuble d'habitation de la seconde. Pour autant, elles se sont connues par la structure d'accompagnement. Depuis, les deux femmes se fréquentent pour discuter de leurs projets et échanger des conseils professionnels et personnels. La carte exposée ci-dessous met en valeur le rôle de la Miel dans l'inscription locale des activités qu'elle suit, en proposant des formations dans des lieux institutionnels et en procurant des espaces de commercialisation temporaires ou pérennes dans un périmètre restreint.



Source : carte réalisée à partir du site internet sig.vill.gouv.fr.

### Des politiques publiques qui favorisent l'inscription locale des entrepreneurs

- espace public dans lequel les entrepreneurs s'exposent lors d'événements
- lieu public municipal ouvert à la Miel
- structure d'accompagnement

### Une inscription locale d'entrepreneurs accompagnés par la Miel

- local d'activité d'entrepreneurs rencontrés qui sont accompagnés par la Miel
- boutique où vendent des entrepreneurs accompagnés par la Miel

### Zones

- QPV
- concentration des lieux et des pratiques entrepreneuriales

Carte 7: L'inscription des entrepreneurs de la Miel dans le centre-ville dyonisien

Réalisation : Loréna Clément, OpenOffice Dessin, 2020.

Pendant les événements et les formations organisés par la Miel dans le centre-ville dionysien, des entrepreneurs accompagnés croisent les partenaires institutionnels de la structure ainsi que d'autres entrepreneurs qui agissent dans l'intercommunalité. Certains y nouent des contacts qui inscrivent un peu plus leur activité au sein de relations économiques localisées. Le parcours entrepreneurial d'une masseuse à domicile suivie par la Miel illustre cette inscription urbaine locale, qui découle de l'utilisation des ressources proposées par la structure situées à Saint-Denis. La femme d'une quarantaine d'années, française d'origine antillaise, ancienne éducatrice, habite un QPV au sud-est du centre-ville. Pour se faire connaître, elle se rend aux événements suggérés par son conseiller, où elle tient un stand d'informations et vend des massages. Durant l'enquête, je la croise à la Foire des savoir-faire<sup>270</sup> sur le parvis de l'Hôtel de ville, dans la boutique d'Artefact 93 située à une rue de là<sup>271</sup>, ou encore au festival des cultures urbaines dans la salle de la Légion d'honneur. C'est d'ailleurs l'organisateur du festival des cultures urbaines qui l'a incitée à participer à la Foire des savoir-faire, événement durant lequel elle a connu Artefact 93. La présence d'entrepreneurs de la Miel dans le centre-ville dionysien se traduit aussi dans les propos de la gérante de l'espace de coworking qui déclare pendant un entretien : « on est toujours un peu aux mêmes endroits si tu es entrepreneur ici » (mai 2019).

L'activité entrepreneuriale des personnes rencontrées repose sur des réseaux de relations localisés qui inscrivent une partie de leurs pratiques dans l'espace de leur vie quotidienne. A travers elles, ils participent à la vie urbaine locale. L'utilisation de réseaux de relations localisés et l'animation de l'espace urbain dans lequel ils vivent constituent deux éléments qui invitent à parler de capital d'autochtonie pour les entrepreneurs des QPV enquêtés. Il s'agit maintenant de voir la position des acteurs publics locaux vis-à-vis d'un tel capital.

---

270 La Foire des savoir-faire est un événement festif et commercial de plusieurs jours, organisé en partie par la Ville de Saint-Denis. Un bâtiment en verre et en bois de 600 m<sup>2</sup> ainsi que des tentes sont montés sur la place pour accueillir des commerçants.

271 L'association Artefact 93 est un réseau d'échanges entre les professionnels des métiers d'art, créé en 2009, et soutenu par Plaine Commune. D'après son site internet, elle regroupe près d'une trentaine d'artisans vivant en Seine-Saint-Denis, dont un tiers habite à Saint-Denis. Depuis 2017, elle est implantée dans un local situé dans le centre-ville dionysien, à proximité immédiate de l'office du tourisme et de la Basilique.

## 1.2 Une politique publique qui envisage ses entrepreneurs comme un support de développement local

### 1.2.1 *L'entrepreneur, une ressource qui s'engage pour son territoire et ses habitants*

#### 1.2.1.1 Un entrepreneuriat inscrit localement

L'espace urbain est produit par les pratiques des entrepreneurs locaux, mais aussi par les acteurs publics locaux qui élaborent et mettent en oeuvre des politiques de développement local. A Plaine Commune, ces derniers valorisent l'engagement local des entrepreneurs. La Miel est d'ailleurs créée par des élus qui considèrent essentiel d'établir une politique de développement endogène en soutenant la création et le développement d'activités économiques à l'initiative de la population locale<sup>272</sup>. Les témoignages d'entrepreneurs de banlieue qui agissent en faveur de leur territoire et de ses habitants constituent un moment incontournable de chaque manifestation institutionnelle à laquelle j'ai assisté. Au niveau national, les événements organisés par la BPI en sont une illustration probante. L'organisme a ponctué sa tournée nationale « Entrepreneuriat pour tous » de portraits d'entrepreneurs sociaux issus des QPV, qui ont été publiés sur son site internet. La BPI a présenté les portraits d'un professeur de collège de Sarcelles<sup>273</sup> qui a monté un programme de mini-entreprise avec ses élèves et l'aide de l'association *Entreprendre pour apprendre*, d'une productrice de films originaire de Bobigny<sup>274</sup> qui valorise l'image des « banlieusards » à travers son entreprise cinématographique intitulée « De l'autre côté du périph », ou encore du créateur de l'association *Les Déterminés* qui est décrit comme un guide pour les habitants de son quartier. Les acteurs publics locaux que j'ai croisés mettent aussi en valeur des figures d'entrepreneurs engagés pour leur banlieue. Lors de la remise des trophées du forum annuel « Réussir en Seine-Saint-Denis »<sup>275</sup> qui s'est déroulé dans les locaux de la CCI à Bobigny, où la Miel était présente, la présidente de la CCI a déclaré que l'entrepreneur participe à la « cohésion et [au] contrat social » du territoire car « il n'est pas égoïste » (décembre 2018). Cette posture

<sup>272</sup> La politique de développement endogène vise à contrebalancer la politique de développement économique exogène, qui est notamment visible dans le quartier d'affaires de la Plaine Saint-Denis.

<sup>273</sup> Ville de la région parisienne en Val d'Oise.

<sup>274</sup> Ville de la région parisienne en Seine-Saint-Denis.

<sup>275</sup> Le forum est organisé par la CCI et le Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis, en partenariat avec la CMA de la Seine-Saint-Denis, la Banque Populaire, la Société Générale, et Pôle Emploi.

institutionnelle partagée<sup>276</sup> qui valorise l'engagement local des entrepreneurs est visible dans la distribution de prix à une entrepreneuse qui a ouvert une conciergerie d'entreprises pour « faciliter les relations entre les grandes entreprises et les talents de la Seine-Saint-Denis », à un entrepreneur archéologue de formation qui a créé une application numérique de médiation culturelle pour « rendre accessible à tous les attraits patrimoniaux » de Villetaneuse, ou encore à un entrepreneur éthiopien qui a ouvert un *coffee shop* et un atelier de torréfaction pour dynamiser l'animation locale à Montreuil. La position des institutions départementales sur l'engagement local des entrepreneurs est partagée par la direction de la Miel. Lors de sa soirée d'anniversaire aux Archives nationales de Pierrefite-sur-Seine, la structure a organisé une conférence d'une heure trente formulée « L'entrepreneuriat, quel apport au territoire... et réciproquement ? » dont le titre parle de lui-même. Acteurs publics locaux<sup>277</sup>, entrepreneurs accompagnés, et chercheurs universitaires ont valorisé chacun à leur manière le rôle des entrepreneurs en faveur du développement local, en affirmant qu'ils constituaient des ressources territoriales majeures. Le président de la Miel a insisté sur la nécessité d'un développement économique fondé sur les « compétences populaires » des habitants dont les entrepreneurs font partie (février 2019).

En parlant d'une même voix, les représentants des administrations centrale et départementale de la BPI et de la Seine-Saint-Denis, ainsi que les élus de Plaine Commune, alimentent un récit qui incite les porteurs de projet à s'engager localement. Des dispositifs viennent soutenir leurs discours publics. Les concours et les appels à projets portés par les collectivités territoriales étudiées déterminent souvent des critères de sélection qui prennent en compte l'inscription locale et/ou sociale des candidats. C'est le cas de la marque territoriale « In Seine-Saint-Denis » qui a été créée en 2016 par le Conseil départemental éponyme. Le label d'ambassadeur de la marque est accordé à toute personne qui valorise ce territoire et qui respecte la charte. Deux entrepreneuses enquêtées accompagnées par la Miel font partie de ce réseau, l'une après avoir postulé, et l'autre après avoir été démarchée par un représentant du Conseil départemental. Plaine Commune et la Ville de Saint-Denis proposent aussi des

---

276 Le jury était composé de la CCI de la Seine-Saint-Denis, du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis, de Pôle Emploi, de la Banque de France, d'Initiative France, de banques privées, et d'Orange. Les trophées ont été remis par la présidente de la CCI de la Seine-Saint-Denis, dont l'époux préside le conseil d'administration de Plaine Commune Promotion, par la vice-présidente à l'économie et à l'emploi du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis, par le secrétaire général adjoint de la préfecture de la Seine-Saint-Denis, et par un représentant de la CMA de la Seine-Saint-Denis.

277 La préfète de la Seine-Saint-Denis, la vice-présidente à l'économie et à l'emploi du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis, le président de l'EPT de Plaine Commune, et le président de la Miel, également élu à la Ville de Saint-Denis et à l'EPT de Plaine Commune, étaient présents sur l'estrade.

ressources aux entrepreneurs qui développent des projets à dimension locale et/ou sociale dans une logique d'incitation. Les deux collectivités accordent aux entrepreneurs qui mènent « une activité de vente de produits ou de services [...] développée sur le territoire de Plaine Commune »<sup>278</sup> des emplacements physiques lors des événements festifs qu'elles organisent, comme la Foire des savoir-faire. L'inscription et la visibilité des entrepreneurs dans l'espace urbain sont alors conditionnées à leur engagement local. Plusieurs entrepreneurs rencontrés suivis par la Miel participent régulièrement à ces événements, comme la masseuse que j'ai citée précédemment, la vendeuse de miels africains, ou une traiteuse de plats d'inspiration méditerranéenne. L'encart exposé ci-dessous décrit une entrepreneuse dionysienne présente à la Foire des savoir-faire, qui vend aussi ses produits à la Coopérative Pointcarré, à la boutique Franciade<sup>279</sup>, et à l'Office du Tourisme Grand Paris Nord, situés à proximité immédiate de la Basilique.

*Un « little souvenir » du territoire séquano-dionysien*



Des pim's aux effigies de la commune « Saint-Denis », du département « Quatre-vingt-treize », de l'imaginaire banlieusard « Wesh », ou encore du théâtre Gérard Philippe<sup>280</sup> sont vendus 2 euros pièce par l'entreprise Little Souvenir. Cette activité a été créée en 2018 par une entrepreneuse diplômée d'une école de mode. En dessinant les lieux emblématiques de villes, cette dernière propose un souvenir du territoire aux acheteurs, qu'ils soient habitants

278 La citation est tirée de l'appel à projet publié par Plaine Commune, qui a été diffusé dans le journal hebdomadaire de Saint-Denis.

279 Franciade est une association qui édite et commercialise des objets dérivés du patrimoine de Saint-Denis et de la Seine-Saint-Denis. Comme l'énonce son site internet, l'une de ses missions est de « travailler au développement de l'ancrage et de l'identité territoriale de ses partenaires ». Elle est présidée par l'ancien élu en charge du développement économique de la Ville de Saint-Denis.

280 Ce théâtre d'envergure nationale est situé dans le centre-ville dionysien.

ou voyageurs. Elle est soutenue par l'office du tourisme de Plaine Commune.

### 1.2.1.2 Un entrepreneuriat porteur de valeurs

L'engagement local des entrepreneurs qui est souhaité par les acteurs publics est souvent couplé à un engagement social. Il s'agit de soutenir des entrepreneurs inscrits dans l'ESS, communément définie comme une économie qui vise à apporter des réponses aux besoins non satisfaits des populations endogènes en utilisant des ressources locales (Demoustier, 2001). Selon cette conception, reprise par le Réseau des collectivités territoriales pour une économie solidaire (RTES)<sup>281</sup>, les entreprises de l'ESS sont des structures non-délocalisables qui partagent les valeurs du développement local, dont l'objectif serait d'améliorer les conditions locales de vie de chacun. Dans ce cadre, certaines entreprises de l'ESS prennent en compte les problématiques de développement durable en menant des activités à portée écologique et/ou sociale, qui répondent à des besoins souvent locaux. Dans les discours tenus lors des Rencontres Plaine Commune Promotion – la Miel, deux élus des villes de Saint-Denis et de Stains ont insisté sur la nécessité d'une « économie plus inclusive », qui soit « tournée vers l'humain et le citoyen », et ont valorisé publiquement les projets d'utilité sociale (novembre 2018). C'est aussi la démarche menée par les acteurs institutionnels qui composent le jury du forum « Réussir en Seine-Saint-Denis » en primant les projets susmentionnés. Ils procurent d'ailleurs aux entrepreneurs lauréats des ressources pour développer leur activité, en mettant à leur disposition des espaces de commercialisation ou en valorisant publiquement leur image. L'éligibilité des commerçants à la Foire des savoir-faire répond à une logique similaire. Les entrepreneurs participants doivent agir dans l'intercommunalité, mais aussi être « engagés dans une démarche d'économie alternative » qui dépasse l'objectif de profit. De même, le jury d'entrée dans l'incubateur Plaine des Saveurs sélectionnait de préférence des entrepreneurs qui proposaient des plats cuisinés dans une démarche de développement durable et vendus localement. A la Miel, des formations collectives et des partenariats consacrés aux projets entrepreneuriaux qui relèvent du champ de l'ESS ont été mis en place pour soutenir particulièrement ce type d'entrepreneurs<sup>282</sup>.

---

281 En 2021, le RTES réunit plus de 180 collectivités territoriales engagées dans l'ESS. Le réseau produit notamment des études qui visent à démontrer la pertinence de soutenir des initiatives d'économie solidaire en politique de la ville. Il travaille en partenariat avec le CGET.

282 Pour autant, les entrepreneurs ne sont pas obligés de vendre des produits ou des services qui répondent à des demandes locales. Les activités économiques à vocation locale sont toutefois préférées par les acteurs publics locaux.

L'accent porté sur l'engagement local et social des entrepreneurs séquanodionysiens dans l'intercommunalité de Plaine Commune s'inscrit en continuité de stratégies de développement local lancées aux débuts de la politique de la ville, à la fin des années 1970 (Bacqué, Fol, 1997). Cette politique nationale stipule entre autres que le développement urbain des QPV s'initie à partir des ressources des habitants, selon une logique *bottom-up* (Epstein, Kirzbaum, 2019). Dans cette optique, les solutions apportées aux besoins du territoire et de ses habitants sont conçues à partir des savoirs et des actions locales, dont les entrepreneurs sont parties prenantes. Les entreprises de l'ESS constituent alors des acteurs importants<sup>283</sup>. Cette stratégie historique est encore visible dans le territoire de Plaine Commune, où 58,3 % des établissements employeurs de l'ESS de l'intercommunalité sont situés dans un QPV<sup>284</sup> (CGET, CNCRESS, 2018). Malgré la moindre implantation des structures de l'ESS dans les QPV à partir des années 2000 que note l'économiste Danièle Demoustier, Plaine Commune continue de s'investir dans ce champ. La représentante en charge de la mission ESS explique que l'Intercommunalité organise depuis 2007 un appel à projets annuel pour soutenir les structures d'ESS sur son territoire<sup>285</sup>. Elle évoque le nombre de 80 structures accompagnées et financées en 12 ans (avril 2018). Par ailleurs, les observations et les analyses de documents publics révèlent un regain de la relation entre l'ESS et les QPV depuis la réforme de la politique de la ville en 2014<sup>286</sup> qui met en valeur leur articulation. Le CGET renforce les partenariats avec des institutions publiques qui soutiennent l'ESS, comme le RTES, l'Avisé<sup>287</sup>, ou le CRESS, pour s'informer sur la situation des entreprises de l'ESS présentes dans les QPV et y promouvoir leur déploiement. Dans une étude consacrée aux liens entre la politique de la ville et l'ESS qui a été publiée en 2016 et actualisée en 2019, des représentants du RTES et du CGET insistent sur la similarité de ces deux approches et sur leur relation historique. Des points communs qui les unissent sont énumérés : la politique de la ville et l'ESS s'appuient sur

283 L'économiste Danièle Demoustier délimite 5 périodes d'implantation des acteurs de l'ESS dans les QPV, des années 1950 jusqu'aux années 2010 : les décennies 1950 et 1960 sont marquées par l'arrivée des structures d'action sociale et éducative qui forment aujourd'hui le socle historique et institutionnel de l'ESS dans les QPV ; dans les années 1970, des acteurs oeuvrant sur des thématiques variées s'implantent selon une approche transversale ; à partir des années 1980, des initiatives expérimentales s'appuient davantage sur les ressources territoriales des QPV, comme les régies de quartier et les coopératives d'activité et d'emploi ; les années 1990 sont caractérisées par la création des SIAE et de l'Agence pour le développement de l'économie locale (ADEL), qui accompagne notamment les entrepreneuses informelles à légaliser leur activité ; enfin, les années 2000 sont considérées comme un moment de relâchement du développement des activités d'ESS, car la politique de la ville est centrée sur des problématiques de sécurité et de rénovation (CGET, RTES, 2016).

284 Par comparaison, seuls 6,3 % des structures franciliennes d'ESS employeuses sont localisées en QPV.

285 Je ne sais toutefois pas si ces structures sont portées par des habitants ou des entrepreneurs exogènes.

286 Pour rappel, il s'agit de la loi n°2014-173 du 21 février 2014 de programmation pour la ville et la cohésion urbaine.

287 Créée en 2002 par la CDC, l'Avisé est une agence d'ingénierie qui entend développer l'ESS et l'innovation sociale en accroissant le nombre d'entreprises de l'ESS en France.

une stratégie de développement local, elles visent une double finalité économique et sociale dans un objectif de lutte contre l'exclusion, elles reposent sur des mesures territorialisées aux thématiques transversales, elles sont caractérisées par une culture de l'expérimentation (RTES, 2019). Précédant et alimentant la réforme de la politique de la ville, le CIV en date du 19 février 2013 a réaffirmé l'importance d'associer l'ESS au développement économique et social des QPV. Une convention d'objectifs est signée la même année entre le ministre en charge de l'ESS et le ministre en charge de la Ville. Elle repose sur quatre objectifs, dont l'un consiste à « développer l'entrepreneuriat social et l'innovation sociale dans les quartiers » (Ministère de l'économie et des finances et al., 2013, p.3). En articulant le développement endogène des QPV et l'ESS dans certains discours publics, des acteurs institutionnels nationaux et locaux de la politique de la ville valorisent la figure d'un entrepreneuriat engagé localement et socialement.

Dans leurs discours et leurs dispositifs, des représentants institutionnels de la Seine-Saint-Denis et des élus de Plaine Commune soutiennent publiquement les activités entrepreneuriales qui agissent en faveur de leur territoire et de leurs habitants, selon une stratégie de développement local endogène. En valorisant l'engagement des entrepreneurs dans la communauté locale, ils leur attribuent une forme de capital d'autochtonie. Ce discours partagé dissimule des dissensions internes sur la manière de définir l'engagement local. Il s'agit maintenant de les préciser.

### *1.2.2 Un engagement entrepreneurial local aux réalités contrastées*

Les discours et les appels à projets mentionnés précédemment restent évasifs sur les formes concrètes que prend l'engagement local des entrepreneurs, ce qui traduit la diversité des activités économiques que les acteurs publics locaux sont prêts à soutenir. En effet, la politique entrepreneuriale de développement local menée par Plaine Commune est plurielle. D'abord, elle sous-tend deux objectifs. Il s'agit d'améliorer le bien-être local de la population, mais aussi d'intégrer le territoire dans les dynamiques métropolitaines plus larges. Le premier objectif perpétue l'héritage du développement social des quartiers, tandis que le second s'ancre dans le SRDEII francilien qui met en valeur l'enjeu d'attractivité dans un contexte de concurrence urbaine. Cet enjeu est déployé au niveau national de la politique de la ville. Dans une synthèse évaluative qu'elle a publié en 2020, la Cour des Comptes emploie le terme d'attractivité pour définir l'une des « dimensions majeures » et l'un des « objectifs-clés de la

politique de la ville », qu'il s'agit de renforcer dans les contrats de ville (Cour des Comptes, Chambres régionales et territoriales des comptes, 2020, p.9). Celui de Plaine Commune reprend cet objectif.

Ensuite, la politique entrepreneuriale de développement local de l'Intercommunalité repose historiquement sur deux modalités d'action. Elle s'appuie sur la valorisation des ressources endogènes, mais aussi sur l'attraction de ressources exogènes. Le demi-siècle précédent a été marqué par la désindustrialisation du territoire. Profitant de la proximité parisienne, des élus locaux ont encouragé les entreprises tertiaires à s'installer sur les terrains en friche pour parer le déclin économique et urbain. Dans le même temps, ils ont créé des structures qui soutiennent les initiatives entrepreneuriales endogènes, comme la Miel. Ces deux modes de développement entrent parfois en confrontation lorsqu'il s'agit de choisir quelles mesures mettre en œuvre et financer. L'accueil des Jeux Olympiques en 2024 révèle la volonté des élus locaux de les articuler au maximum. Lors de la conférence donnée à ce sujet en 2019 aux Rencontres Plaine Commune Promotion – La Miel, des grandes entreprises et des promoteurs immobiliers ont détaillé leurs projets d'aménagement. Des représentants politiques et administratifs locaux<sup>288</sup> ont ensuite pris la parole en énumérant des mesures visant à intégrer les entrepreneurs locaux aux projets urbains. Ceux-ci auront par exemple un accès privilégié aux marchés publics, et des dispositifs d'échanges avec les grands comptes sont élaborés. La page Facebook de Miel relaie ces informations.

La diversité des stratégies de développement local se retrouve dans les propos de représentants de l'Intercommunalité qui mènent des actions différentes. La représentante en charge de la mission ESS, créée en 2006 dans le service du développement local, conçoit celui-ci autrement que la cheffe de projet qui travaille au développement économique des QPV, dont le poste a été créé en 2017 dans le service des études et de la veille économique. Y œuvrant depuis sept ans après avoir créé pendant dix-sept ans des structures associatives, la première rejoint la tradition du développement social des quartiers tandis que la seconde revendique une approche économique conventionnelle. Cette ancienne salariée d'Initiative Plaine Commune conteste l'importance accordée par l'Intercommunalité à l'accompagnement de projets d'ESS, car ces derniers ne correspondraient pas aux attentes de la majorité des entrepreneurs locaux qui cherchent surtout à créer une entreprise individuelle classique.

---

288 Il s'agit de David Prout, vice-président à l'habitat de Plaine Commune, de Patrick Braouzec, président de Plaine Commune et vice-président de Plaine Commune Promotion, et de Georges-François Leclerc, préfet de la Seine-Saint-Denis.

L'écart qui existe entre les politiques qui valorisent l'entrepreneuriat engagé localement et/ou socialement et les pratiques des entrepreneurs est aussi énoncé à Osez Entreprendre. L'ensemble des conseillers considère que l'ESS n'est pas une priorité des entrepreneurs des QPV. Le conseiller de France-Active Loire-Atlantique a noté qu'il ne finance jamais de projets d'ESS dans le cadre du dispositif, alors que ce financement constitue la marque de fabrique de son association. Bien que l'Ouvre-Boîte 44 et France Active placent l'ESS au cœur de leur structure, les conseillers préposés à Osez Entreprendre s'adaptent au contexte socio-économique des entrepreneurs des QPV. Cherchant à répondre aux besoins immédiats des personnes qu'ils suivent, ils les sensibilisent peu aux enjeux de l'ESS car ils estiment qu'ils pourraient compliquer leur acculturation aux connaissances de base de l'entrepreneuriat. Leurs pratiques remettent en cause le discours public tenu par une élue municipale pendant la journée Cité Cap, qui a valorisé l'existence d'un entrepreneuriat de quartier ambitieux ancré dans l'ESS<sup>289</sup>. La dichotomie entre un discours politique qui soutient un entrepreneuriat porteur de valeurs et des pratiques de terrain qui révèlent sa relative absence questionne la concrétisation des orientations idéologiques, mais aussi les objectifs des stratégies de développement local déployées. Les discours publics en faveur d'un entrepreneuriat engagé localement relèvent-ils d'une stratégie marketing de valorisation territoriale ou traduisent-ils des mesures concrètes de développement territorial ? Ces mesures visent-elles à améliorer le bien-être d'une population qui vit dans un cadre urbain précarisé, ou à cibler de nouvelles activités et clients dans une logique d'attractivité ? S'adressent-elles à des initiatives économiques endogènes ou exogènes ? Les observations, les entretiens, et les documents institutionnels révèlent une juxtaposition de ces dimensions qui nécessiterait une étude approfondie pour démêler leur articulation, et pour appréhender les positions et les argumentaires de chaque acteur. Je les évoque seulement ici pour montrer le contexte équivoque du soutien à l'entrepreneuriat à Plaine Commune.

L'espace local constitue une ressource importante pour les entrepreneurs enquêtés, car il leur procure des réseaux de relations qui leur permettent de développer leur activité en emboîtant leur sphère privée et professionnelle. L'utilisation importante de réseaux de voisinage conduit les entrepreneurs à inscrire leur activité localement, et à participer à l'animation de la vie urbaine de leur quartier ou de leur ville. Ils ne revendiquent pas pour autant cette forme de capital d'autochtonie, au contraire d'acteurs publics qui la présentent comme un acte

---

<sup>289</sup> Ces propos ont été détaillés dans le cinquième chapitre.

d'engagement plus qu'une conséquence de leurs ressources limitées. La valorisation publique de l'engagement entrepreneurial local s'inscrit dans une stratégie de développement local dont les contours restent incertains. Dans ce cadre, il s'agit de voir si l'ensemble des pratiques entrepreneuriales locales observées est pareillement soutenu par les acteurs institutionnels, ou si ces derniers en privilégient certaines, procurant ainsi une reconnaissance différenciée aux entrepreneurs.

## **2 Une visibilité urbaine structurée par les acteurs institutionnels locaux**

### **2.1 Un soutien privilégié aux projets conformes aux attentes institutionnelles**

#### *2.1.1 La visibilité d'activités jugées attractives dans l'espace urbain dionysien*

##### **2.1.1.1 Une mise en valeur de produits ethniques jugés qualitatifs**

En soutenant des pratiques entrepreneuriales dans l'espace urbain, les acteurs publics leur procurent une reconnaissance qui rend effectif leur capital d'autochtonie<sup>290</sup>. Dans cette sous-section, j'étudie les activités économiques auxquelles les acteurs institutionnels dionysiens favorisent l'accès à l'espace urbain local. Pour ce faire, je me concentre sur le cas du commerce ethnique car ce secteur est ressorti des terrains d'enquête. A travers celui-ci, il s'agit de questionner la reconnaissance institutionnelle des activités entrepreneuriales, sans chercher toutefois à généraliser les résultats à l'ensemble des secteurs d'entreprise. L'offre ethnique, telle que les produits cosmétiques, les vêtements et accessoires aux motifs africains, ou encore les plats cuisinés, est très présente car les entrepreneurs rencontrés mobilisent leur capital culturel. Ces produits s'adressent globalement à deux types de public. Le premier public regroupe les personnes ayant un pouvoir d'achat important qui souhaitent découvrir de

---

290 Jean-Noël Retière explique que l'autochtonie se transforme en capital sur la scène publique lorsque le personnel politique local lui accorde de la valeur (Retière, 2003).

nouvelles cultures et cherchent l'exotisme. Le second public regroupe la population locale d'origine étrangère ayant un pouvoir d'achat plus faible qui pratique des modes de consommation spécifiques (Apur, 2020 ; Fleury, Fol, 2019). Ces deux formes d'entrepreneuriat ethnique se retrouvent dans les terrains d'enquête. Par exemple, Osez Entreprendre accompagne le gérant d'un magasin alimentaire de produits exotiques de base et une traiteuse d'apéritifs africains qui vend des pastels<sup>291</sup> à sa communauté, mais aussi une traiteuse de plats algérois revisités qui s'adresse à une clientèle de classe moyenne et supérieure qui travaille sur l'île de Nantes. Toutes deux accompagnées par les structures étudiées, ces formes d'entrepreneuriat ethnique nécessitent des ressources différentes en fonction du public qu'elles ciblent. Alors que les entrepreneurs qui ciblent le second type de public agissent dans leur espace du quotidien, les entrepreneurs qui ciblent le premier type de public doivent démarcher une clientèle moins immédiate et plus large. Ils ont besoin d'accéder à des lieux de commercialisation qui les visibilisent. Les structures d'accompagnement leur proposent de participer à des événements publics organisés sur leur territoire ou par leurs partenaires extérieurs. Le *Pop-up Store* des Canaux à la Villette illustre la mise en visibilité commerciale par la Miel d'entrepreneurs qui vendent des produits ethniques destinés à une clientèle plus aisée que la majorité des habitants dionysiens.

---

291 Le pastel est un beignet farci à la viande d'origine sénégalaise.



Illustration 51: Salle des Canaux dans laquelle se déroule la vente éphémère

*Réalisation : Loréna Clément, mai 2019.*

L'espace de vente temporaire au bord du canal de l'Ourcq donne à voir des produits de culture étrangère, comme des vêtements et des accessoires en wax, des huiles et des beurres au karité, à la mangue, à la figue de barbarie et à l'avocat, ou encore des rhums arrangés au maracuja<sup>292</sup> et au piment. Ces bouteilles de 70 cl sont vendues 30 euros l'unité par un entrepreneur accompagné par la Miel. Partenaire des Canaux, la structure lui a proposé de participer à l'événement pour qu'il se fasse connaître de la population parisienne. Le stand lui procure des opportunités commerciales de mise en réseau et de vente en le rendant visible ailleurs qu'à Saint-Denis<sup>293</sup>.

La mise en visibilité dans l'espace urbain par les structures d'accompagnement est inégale en fonction des produits ethniques vendus. Si elle traduit des besoins de commercialisation variables entre les entrepreneurs, elle interroge aussi la volonté des acteurs institutionnels de soutenir des activités qui valorisent leur territoire en proposant des produits qualitatifs et en promouvant une diversité géographique et culturelle. La dimension qualitative se remarque

292 Il s'agit du fruit de la passion.

293 L'entrepreneur vend notamment ses rhums arrangés dans un supermarché spécialisé dans les produits alimentaires afro-créoles, situé dans le centre-ville dionysien. Il y propose des dégustations gratuites chaque premier samedi du mois.

dans les termes employés par des entrepreneurs pour définir leur offre. Les expressions concernant le « métissage des cultures », l'artisanat, et/ou le « respect de l'environnement »<sup>294</sup> sont fréquemment utilisées par la créatrice de la plateforme de vente en ligne de produits artisanaux du monde, la traiteuse de plats d'influence méditerranéenne, le vendeur de produits cosmétiques, la vendeuse de miels gourmets africains, ou encore le producteur de rhums arrangés. Ce dernier insiste sur les saveurs naturelles et le caractère artisanal de ses boissons sur son site internet : « nos rhums arrangés sont et resteront fabriqués artisanalement sans conservateur, sans colorant et sans arôme artificiel ». Il utilise des ingrédients antillais « naturels ». La dimension qualitative se remarque aussi dans les prix fixés, qui sont inaccessibles à une majorité de la population dionysienne. Bien que les tarifs restent bon marché par rapport à la qualité des produits proposés, ils s'adressent aux classes moyennes et supérieures. Par exemple, les plus petits pots de crème pour la peau coûtent une quinzaine d'euros et les plus petits pots de miel gourmet une vingtaine d'euros. A Nofi, les chaussures en wax sont vendues entre 55 et 85 euros la paire, et les vestes autour de 100 euros. L'ensemble de ces entrepreneurs accompagnés par la Miel participe régulièrement aux événements organisés par la municipalité de Saint-Denis, l'Intercommunalité de Plaine Commune, ou les structures<sup>295</sup> que ces acteurs soutiennent. De fait, les festivités publiques comme la Foire des savoir-faire ou la Fête des tulipes<sup>296</sup> donnent à voir des produits ethniques à forte valeur de représentation qui concourent à procurer à Saint-Denis une image multiculturelle de marque, en jouant sur l'une de ses spécificités territoriales liée à son caractère cosmopolite.

### 2.1.1.2 Une stratégie globale de requalification commerciale

La mise en valeur de certains types de produits dans la majorité des événements locaux organisés par les collectivités étudiées questionne l'existence d'une stratégie marketing d'attractivité commerciale en faveur du développement local. Dans le nouveau règlement général du NPNRU publié en 2015, l'Anru encourage la différenciation territoriale en tant que source d'attractivité et de développement endogène pour les QPV. La « spécificité » locale constitue une ressource dans un contexte de compétition urbaine. Il s'agit de se distinguer en valorisant les « potentialités locales » selon une stratégie d'attractivité fondée sur le « marketing territorial » (Anru, 2015). Je formule l'hypothèse que la valorisation dans l'espace public de produits ethniques jugés qualitatifs s'inscrit en partie dans une stratégie de

---

294 Les citations proviennent de différents supports de publicité commerciale.

295 Par exemple, les associations Franciade et Artefact 93, ou la coopérative Pointcarré.

296 La Fête des tulipes est un événement festif annuel organisé par la Ville. Il se déroule au printemps dans le parc de la Légion d'Honneur.

requalification commerciale de la Ville et de l'Intercommunalité. Cet enjeu est important en QPV car le taux de vacance commerciale y atteint en moyenne 20 %. Il s'élève jusqu'à 35 % dans les coeurs de ville et dans les quartiers historiques du PNRU (Epareca, 2016). A Saint-Denis, la Ville s'investit depuis longtemps dans une politique d'aménagement commercial. Des géographes et des sociologues de l'urbain ont documenté l'évolution de cette politique publique commerciale (Fleury, Fol, 2019 ; Bouillon et al., 2017). Pendant les années 1970, la collectivité a favorisé l'implantation de boutiques en centre-ville autour d'un hypermarché. A partir des années 2000, les boutiques franchisées haut-de-gamme ont peu à peu fermé. Lorsque les locaux ne restaient pas vacants, des entreprises de restauration rapide et des agences de services ont pris le relais. Pour contrecarrer l'homogénéisation commerciale et l'offre de produits jugés bas-de-gamme, la municipalité a redéployé une politique commerciale depuis les années 2010. Il s'agit de requalifier l'offre proposée en maîtrisant des surfaces par la création d'une foncière commerciale. Celle-ci permet d'acheter des locaux et de les louer aux commerçants sélectionnés en jugulant leur loyer. Créée en 2019, la foncière est dotée d'un capital de 5 millions d'euros qui est détenu à 65 % par la Ville. Cette dernière collabore avec la Banque des territoires rattachée à la CDC qui détient 25 % des parts, et avec des opérateurs privés. D'ici 2028, la foncière doit acquérir plus de 80 boutiques<sup>297</sup>. La maîtrise municipale des surfaces commerciales vise à améliorer la vie quotidienne des habitants en leur proposant des produits diversifiés qui sont considérés plus qualitatifs, ainsi qu'un espace urbain animé. Elle vise aussi à améliorer l'image commerciale de Saint-Denis pour la rendre attractive aux yeux d'acteurs économiques et de résidents potentiels. C'est ce qu'illustre une enquête menée par le géographe Antoine Fleury et l'urbaniste Sylvie Fol auprès des acteurs des politiques urbaines et commerciales de la Ville et de l'Intercommunalité pour comprendre la production des politiques commerciales dans les quartiers populaires de l'ancienne banlieue rouge. Ils soulignent un soutien des politiques locales dionysiennes en faveur d'un « bon » commerce ethnique car plus « qualitatif » (Fleury, Fol, 2019, p.20). Les outils de communication élaborés par des acteurs institutionnels locaux que j'ai rencontrés donnent aussi à voir des mesures qui s'inscrivent dans l'objectif d'attractivité. Deux vidéos produites pour l'événement « J'entreprends à Saint-Denis » ont été diffusées par un collectif local d'acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat, dont la Miel fait partie. Organisée par Plaine Commune, Saint-Denis et sa Foncière, la Société Générale, Initiative Plaine Commune, et la Miel, la première soirée consacrée à l'entrepreneuriat dionysien s'est déroulée en février 2020 dans la salle de la Légion d'Honneur. Rythmée par une présentation des actions de soutien à

---

297 L'ensemble de ces informations provient de différents sites internet et de documents publics.

l'entrepreneuriat existant sur le territoire, qui a précédé un temps festif de mise en réseau autour d'un buffet dînatoire, la soirée a mis en valeur le patrimoine culturel et commercial de Saint-Denis. La vidéo a utilisé un arrière-plan de la Basilique pour présenter un fromager et un caviste, qui ont expliqué leurs choix d'implantation à Saint-Denis. L'ambiance urbaine, le partage culturel, ou encore le soutien institutionnel sont des raisons citées par ces entrepreneurs. Avant leur arrivée, ces deux commerces de bouche étaient inexistantes dans la ville de 110 000 habitants. La vidéo révèle une logique de requalification commerciale au profit d'une offre de moyenne et de haute gammes. Celle-ci questionne l'aspiration des acteurs publics à un processus de gentrification. Les chercheurs précédemment mentionnés montrent qu'ils composent leur politique locale en fonction d'un double mouvement de paupérisation et de moyennisation des habitants dionysiens. Les acteurs publics postulent l'idée selon laquelle l'arrivée de populations plus aisées favorisera la lutte contre la pauvreté grâce aux bienfaits de la mixité urbaine. Dans ce cadre, il s'agit d'aider l'implantation d'activités économiques variées et différentes de celles présentes pour améliorer à la fois l'attractivité des QPV et les conditions de vie de sa population (Fleury, Fol, 2019 ; 2017 ; Bacqué, Fol, 1997). L'inflexion du président de la Miel, également élu à la Ville et à l'Intercommunalité, vers l'accompagnement d'un public d'entrepreneurs jugé plus ambitieux, dont le profil et l'offre commerciale correspondent aux classes moyennes voire supérieures, tend à corroborer les analyses des chercheurs.

Les produits multiculturels qualitatifs vendus par des entrepreneurs accompagnés par la Miel sont rendus visibles lors d'événements organisés par les collectivités locales et leurs partenaires. En plus de répondre aux besoins individuels de commercialisation des entrepreneurs, leur reconnaissance institutionnelle dans l'espace urbain semble traduire une stratégie d'attractivité commerciale en faveur du développement local. Il s'agit alors de voir quelle position tiennent les acteurs institutionnels vis-à-vis des activités entrepreneuriales qui proposent des produits ethniques d'entrée de gamme.

## 2.1.2 *Un entrepreneuriat ethnique populaire visibilisé s'il est conforme*

### 2.1.2.1 Une mise en conformité des activités informelles

Les deux formes d'entrepreneuriat ethnique accompagnées par les structures étudiées répondent à deux objectifs de la politique de soutien à la création et au développement d'activité en QPV. D'un côté, il s'agit d'aider des personnes ayant peu de ressources à mener un projet viable, de petite ampleur, qui repose sur leur savoir-faire et sur leur capital culturel ethnique, qui cible une clientèle locale, dans le but de lutter contre leur précarité. De l'autre, il s'agit d'aider des personnes ayant plus de ressources à mener un projet viable qui cible une clientèle endogène et exogène aisée dans le but qu'ils s'épanouissent professionnellement, mais aussi pour concourir au développement urbain souhaité par les élus locaux. Si les conseillers accompagnent l'ensemble des projets d'entrepreneuriat ethnique dans l'objectif de répondre aux besoins de tous les individus suivis, l'entrepreneuriat ethnique populaire ne répond pas, voire nuit, à une stratégie d'attractivité territoriale. Comme le résume la déclaration du président de l'Adie dans le rapport d'activité de l'année 2018 de la BGE : « Il reste que l'entrepreneuriat populaire n'est pas glamour » (BGE, 2019, p.23). Le conflit d'usage des pratiques entrepreneuriales sur le parvis de la gare du RER D de l'arrêt Saint-Denis/Ile-Saint-Denis illustre ce propos. Une étudiante en géographie a produit un mémoire de recherche qui appréhende les reconfigurations socio-économiques de Saint-Denis en étudiant les jeux d'acteurs et de pouvoir autour de l'économie informelle<sup>298</sup>, qui se concrétisent sur ce parvis (Durand, 2018). Comme je l'ai observé, ce dernier est le support de pratiques entrepreneuriales informelles et populaires qui prennent la forme de la vente ambulante. Des entrepreneurs proposent des plats africains<sup>299</sup>, des cigarettes, ou encore du matériel de téléphone mobile. Aux côtés des vendeurs, des groupes de personnes s'arrêtent et discutent. La densité des relations commerciales et sociales dans cet espace public complique parfois la circulation et l'accès à la gare. Le bruit, l'odeur, et la saleté occasionnés par la vente ambulante sont aussi soulignés par des habitants et des élus locaux qui s'opposent à cette pratique

---

298 Selon le CNV qui a publié un avis sur le sujet, l'économie informelle recoupe « l'ensemble des initiatives et des activités (vente de biens ou de services, prestations, accompagnement de personne, projet individuel ou collectif), créatrices de valeur et de lien de solidarité, qui échappent à la régulation de l'État et à la comptabilité nationale, qui ne s'inscrivent dans aucun cadre réglementaire et n'offrent, de ce fait, pas de protection sociale pour les personnes » (CNV, 2019, p.5).

299 Des hommes noirs vendent des brochettes de viande, tandis que des femmes noires vendent des jus de bissap (hibiscus), de l'attiéké (semoule de manioc), du thiep (ragoût à base de légumes), ou encore des pastels.

entrepreneuriale. Le projet d'aménagement du parvis, qui s'inscrit dans le programme Gare Partagée de la SNCF mené dans le cadre du Grand Paris, permet de remplacer les activités populaires informelles présentes. Le chantier a contraint les vendeurs ambulants à se déplacer vers les rues attenantes ; un appel à projet propose à des entrepreneurs d'occuper des conteneurs commerciaux qui seront installés sur le parvis le temps des travaux. La traiteuse de plats d'influence méditerranéenne accompagnée par la Miel a déposé un dossier pour ouvrir un *foodtruck*. Actuellement, un conteneur-librairie et un triporteur de cuisine africaine soutenu par Appui et par la Ville vendent légalement sur le parvis de la gare. Ce conflit d'appropriation et d'usage de l'espace public montre que les entrepreneurs n'ont pas le même accès à l'espace urbain en fonction des activités qu'ils mènent. Le cas du parvis de la gare questionne la légitimité institutionnelle accordée à l'entrepreneuriat populaire et informel dans des territoires marqués par ces pratiques<sup>300</sup>. Bien que le président de la Miel affirme la nécessité d'un développement économique endogène fondé sur les « compétences populaires » des entrepreneurs locaux (février 2019), ces dernières sont privilégiées lorsqu'elles répondent aux attentes de valorisation symbolique et commerciale des acteurs publics. Le conflit d'usage entrepreneurial sur le parvis de la gare met en lumière des codes socio-économiques qui structurent l'espace public urbain occidental. Les pratiques populaires et informelles de vente que les entrepreneurs étrangers apportent de leur pays d'origine sont proscrites. L'appel à projet de soutien entrepreneurial lancé par le Département de la Seine-Saint-Denis en 2018 dans le cadre du programme départemental d'insertion et d'emploi (PDIE) illustre ce constat. Une enveloppe de 35 000 euros est consacrée aux structures qui accompagnent des porteurs de projet bénéficiaires du RSA et qui prennent en compte les spécificités de l'entrepreneuriat informel pour le légaliser afin d'agir en faveur de l'« inclusion et de lutte contre les discriminations » (Seine-Saint-Denis, 2018, p.3).

A l'échelle nationale, la question de la légitimité des pratiques entrepreneuriales populaires et informelles dans l'espace urbain se pose aussi. Le ministre chargé de la Ville et du logement a demandé au Conseil national des villes (CNV) d'émettre des recommandations pour transformer les initiatives non lucratives des habitants des QPV en activités lucratives (CNV, 2019). Cette demande, formulée en mars 2019, désavoue en partie le travail entrepreneurial extensif<sup>301</sup> en accordant une légitimité à l'entrepreneuriat quand il est monétaire et productif.

---

300 Dans la même veine, des géographes et sociologues ont étudié les pratiques entrepreneuriales informelles de la mécanique de rue dans des territoires de Plaine Commune (Jacquot, Morelle, 2020 ; Ndiaye et al., 2019).

301 Comme l'a montré le chapitre précédent, le travail entrepreneurial extensif englobe des pratiques informelles et populaires qui brouillent les frontières entre la sphère privée et la sphère professionnelle, entre la sphère

Le CNV a répondu au ministre en publiant une étude dans laquelle il revendique la reconnaissance d'une économie informelle qui participe au développement local des QPV, ainsi qu'à la légitimation et à l'émancipation<sup>302</sup> de ses habitants. Plus qu'un obstacle à transformer, le CNV la considère comme une ressource à valoriser. Ses recommandations ont été reprises par l'Anru, dans son guide du développement économique dans les quartiers en renouvellement urbain qu'elle a publié en 2021. L'agence préconise de reconnaître et de formaliser progressivement les activités entrepreneuriales informelles pour valoriser les compétences des habitants et leur culture, mais aussi pour valoriser l'attractivité et l'image des QPV en réduisant les nuisances urbaines affiliées à ces activités. Cette double finalité porte une vision à la fois positive et négative sur l'entrepreneuriat informel. L'Anru reconnaît son utilité tout en la nuancant : il représente une activité bénéfique pour les entrepreneurs, mais ne doit constituer qu'une étape pour tendre vers le système économique formel. Depuis 2019, le RTES mène aussi un travail sur la légalisation des activités informelles, avec le soutien du CGET. En septembre 2021, le réseau a organisé un webinaire consacré à la formalisation des pratiques culinaires informelles en QPV. Pour les intervenants<sup>303</sup>, il s'agit d'améliorer le cadre de vie et l'image de ces espaces caractérisés par l'insalubrité, mais aussi de changer les représentations communes négatives portées sur les femmes immigrées en leur donnant une visibilité dans l'espace public, ainsi que de répondre à une demande en produits alimentaires de proximité à bas prix.

Dans ce contexte politique national et local, les conseillers à la création et au développement d'activité rencontrés ont pour fonction d'accompagner les projets entrepreneuriaux populaires et informels en les conformant aux attentes institutionnelles. A Saint-Denis, cette mission se traduit par exemple par le projet « Cuisines de rue » qui formalise les pratiques entrepreneuriales de cuisinières. Un diagnostic de la cuisine de rue informelle a été élaboré à la demande de la Ville, plus précisément de la direction de quartier et de la direction de la culture (Cochenko, 2015). Les objectifs qu'il mentionne traduisent la double vision de l'Anru. Il s'agit d'abord de résoudre les conflits d'usage pour un partage de l'espace public, de sécuriser et d'embellir celui-ci, et d'offrir des garanties aux consommateurs selon une stratégie d'attractivité. Il s'agit ensuite de sécuriser la situation socio-économique précaire des vendeuse informelles selon une stratégie de renforcement de leur capacité d'action. Le diagnostic a conduit la Ville à mandater l'association locale Appui. Créée en 2005 et implantée à

reproductive et la sphère productive.

302 Ce terme est employé à 21 reprises dans l'avis du CNV.

303 Notamment un représentant de la Ville de Grigny qui travaille sur le renouvellement urbain des QPV.

Aubervilliers, cette dernière est reconnue par les acteurs publics locaux pour son expertise en accompagnement de projets d'expérimentation socio-économique, comme la création de restaurants sociaux au sein de foyers de travailleurs migrants. Pour « Cuisines de rue », Appui a conçu un triporteur qui est mis à la disposition des cuisinières accompagnées. Le véhicule permet de stocker les repas et de circuler d'un quartier à l'autre. En échange de cet outil de travail, les cuisinières produisent leurs plats dans un restaurant social et suivent un parcours social et entrepreneurial conduit par Appui. La politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité de Nantes Métropole rejoint la position des directions quartier et culture de la Ville de Saint-Denis. Osez Entreprendre accueille et soutient des projets entrepreneuriaux populaires et informels pour les ajuster à la culture d'entreprise formelle et leur proposer une solution professionnelle.

### 2.1.2.2 Une acculturation pour une visibilité dans l'espace urbain

Certains conseillers enquêtés formalisent des activités entrepreneuriales informelles tout en reconnaissant leurs altérités et compétences populaires. Leur mise en conformité avec les attentes socio-économiques des institutions participe paradoxalement à leur reconnaissance. Les propos et les pratiques de ces conseillers montrent qu'ils acculturent à minima les individus qu'ils accompagnent, suffisamment pour que leurs activités soient acceptées et visibles dans l'espace urbain. C'est le cas d'Appui avec le projet « Cuisines de Rue ». L'association ajuste les pratiques populaires et informelles des cuisinières aux attentes de leurs commanditaires pour favoriser leur accès à l'espace public urbain local. D'initiative privée, Appui s'affranchit plus facilement des contraintes institutionnelles que la Miel et Osez Entreprendre. Habitée à travailler avec des publics précaires, l'association propose un accompagnement expérimental qui n'est pas formalisé et qui s'adapte au fil de l'eau aux représentations et aux pratiques des personnes suivies. La mise en conformité minimale des activités des traiteuses a permis à celles-ci de vendre leur production sur le parvis de la gare de Saint-Denis, et de maintenir un entrepreneuriat populaire dans cet espace public dionysien.

*Le maintien d'une cuisine africaine ambulante dans l'espace public*



Illustration 52: Triporteur conçu par Appui et la Ville de Saint-Denis

*Réalisation : Loréna Clément, juin 2020.*

Du mercredi au samedi, une cuisinière vend des plats africains sur le parvis de la gare. Sa présence procure une offre de restauration bon marché « à partir de 1 euro »<sup>304</sup> et une animation locale. Un groupe d'hommes est assis et discute à côté du triporteur. Les autres jours de la semaine, la cuisinière vend dans d'autres quartiers dionysiens, notamment le QPV des Francs-Moisins.

Appui apparaît comme un médiateur des conflits d'usage spatial en proposant un accompagnement à l'entrepreneuriat qui concilie les attentes des acteurs publics locaux et les expériences entrepreneuriales populaires. La posture d'Appui est partagée par des conseillers d'Osez Entreprendre. La conseillère de la BGE présentée dans le quatrième chapitre s'est opposée à plusieurs reprises aux stratégies de développement urbain menées par l'Intercommunalité dans l'espoir de faire reconnaître les activités populaires des personnes qu'elle accompagne. Jugeant que les boutiques à l'essai de Nantes Métropole sont inadaptées aux besoins des entrepreneurs des QPV, elle imagine un « souk » qu'elle conçoit comme un

---

304 Selon les propos de la cuisinière interrogée pendant qu'elle vendait.

marché « fourre-tout », ouvert à tous, et qui correspondrait davantage à leurs pratiques sociales, spatiales, et temporelles (juin 2019). Suivant la même logique, elle préfère l'implantation d'un magasin de produits exotiques de base à celle d'un salon de beauté qui utilise des produits éthiques dans une boutique à l'essai implantée en QPV. Privilégiant la valeur d'usage local à la valeur de représentation des projets entrepreneuriaux, elle conteste certaines décisions de l'Intercommunalité. Pour la conseillère, l'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV vise à répondre aux besoins de la population locale avant de répondre à une politique d'attractivité d'un public extérieur. A côté des ressources proposées par Nantes Métropole, les conseillers d'Osez Entreprendre développent des partenariats informels avec des acteurs privés qui possèdent une marge de manœuvre plus souple, ce qui leur permet de s'adapter aux pratiques des entrepreneurs qu'ils accompagnent. Par exemple, les conseillers proposent régulièrement aux cuisinières qu'ils suivent de produire leurs plats à Coopworking et à l'Incubateur. Créé au milieu des années 2010 dans un quartier nantais par un entrepreneur du BTP, ce dernier est un restaurant associatif qui accueille une clientèle locale à laquelle il sert des déjeuners préparés par des micro-entrepreneurs. Ceux-ci peuvent utiliser la cuisine pour leurs prestations individuelles. Le propriétaire du restaurant met aussi à leur disposition un local de travail situé quelques rues plus loin, en échange d'un loyer bon marché. Les cuisiniers qu'il héberge sont souvent des personnes d'origine étrangère en difficulté financière, éloignées de la culture administrative française, qui entreprennent de manière informelle. C'est le cas de la traiteuse présentée au début du chapitre, et de l'entrepreneuse vendant des plats algérois revisités, qui sont toutes deux accompagnées par l'Ouvre-Boîte 44. L'autonomie de l'Incubateur vis-à-vis des acteurs publics procure aux entrepreneurs des ressources adaptées à leurs pratiques. Elle est toutefois à double tranchant. Les traiteuses rencontrées n'ont aucun pouvoir sur la manière dont le propriétaire gère et aménage sa cuisine dont elles déplorent la vétusté de l'équipement.

La municipalité dionysienne et les structures d'accompagnement partenaires soutiennent différemment la présence d'activités d'entrepreneuriat ethnique dans l'espace urbain en termes de modalité d'action, de type d'espace rendu accessible, et d'objectif ciblé. Les projets jugés qualitatifs sont visibles dans des hauts-lieux du centre-ville et/ou lors d'événements publics, dans un double but d'aider des entrepreneurs à développer leur activité et de renforcer l'attractivité territoriale, en leur procurant des espaces de commercialisation et de mise en

réseau. Contestés dans l'espace public pour les nuisances qu'ils dégagent, les projets informels d'entrée de gamme sont formalisés dans un double but de valoriser des entrepreneurs précarisés et de procurer une offre locale bon marché dans les quartiers populaires<sup>305</sup>. Il s'agit maintenant de voir comment les entrepreneurs enquêtés réagissent et s'adaptent aux attentes des acteurs institutionnels locaux pour accéder à l'espace urbain et aux ressources qui en découlent.

## **2.2 Une reconnaissance inégalitaire des entrepreneurs par les acteurs institutionnels locaux**

### *2.2.1 Une légitimité urbaine inégale selon les profils*

#### 2.2.1.1 Une typologie des entrepreneurs visibles dans l'espace public

Les observations et les entretiens ont permis l'élaboration d'une typologie qui recense des groupes d'entrepreneurs en fonction de leur reconnaissance institutionnelle et de ses effets sur leur inscription dans l'espace urbain local. La typologie repose uniquement sur l'enquête francilienne. Elle s'appuie sur les 22 entretiens menés avec des entrepreneurs accompagnés par la Miel, sur les 4 entretiens menés avec des entrepreneurs accompagnés par une autre structure qui fait partie du paysage local de l'entrepreneuriat, et sur les 28 entretiens menés avec des acteurs institutionnels locaux en lien avec la création et le développement d'activité. Les entretiens avec les entrepreneurs permettent d'apprécier la valeur qu'ils accordent à soutenir leur territoire et ses habitants, ainsi que l'inscription de leurs projets économiques dans des réseaux de relations locaux. Les entretiens avec les acteurs institutionnels permettent de comprendre les objectifs qu'ils visent en termes de développement local, et quels types d'activité entrepreneuriale ils privilégient. La typologie s'appuie aussi sur 6 observations d'événements publics locaux, sur une vingtaine d'observation de temps collectifs organisés par la Miel, et sur les messages de communication des acteurs institutionnels postés sur l'internet. Ces observations permettent d'appréhender les discours sur l'engagement local qui sont tenus publiquement, et de voir qui sont les entrepreneurs présents et mis en valeur lors de ces représentations. Le croisement de ces informations permet de construire une typologie qui

---

305 Des activités populaires formalisées accèdent parfois aux hauts-lieux locaux. C'est le cas d'une cuisinière pour qui le triporteur d'Appui a été installé dans le parc de la Légion d'honneur pendant la Fête des tulipes.

montre que la reconnaissance des entrepreneurs par les acteurs institutionnels locaux dépend de leur capacité à s'approprier l'objectif d'engagement local en l'intégrant à leur démarche d'entreprise. Le tableau exposé ci-dessous reprend ces éléments et détaille les caractéristiques sociales des groupes d'entrepreneurs constitués, pour déterminer ceux qui sont publiquement visibles.

	<b>La majorité invisible</b>	<b>Les acculturés visibles localement</b>	<b>Les habitués de la publicisation</b>
<b>Visibilité institutionnelle</b>	Non .	Échelle locale.	Échelle départementale et/ou régionale.
<b>Engagement territorial</b>	Faible.	Sensible.	Fort.
<b>Support de l'activité</b>	Mobilisation du savoir-faire traditionnel.	Mobilisation du savoir-faire avec un enjeu de développement durable <sup>306</sup> .	Mobilisation de l'enjeu de développement durable.
<b>Structure d'accompagnement</b>	La Miel.	La Miel.	Autre.
<b>Moyenne d'âge du porteur</b>	La quarantaine.	La trentaine.	La trentaine.
<b>Sexe</b>	Mixte.	Femmes.	Hommes.
<b>Capital scolaire</b>	Mixte.	Diplômés de l'enseignement supérieur.	Mixte.
<b>Inscription dans le réseau entrepreneurial institutionnel</b>	Faible.	Sensible à forte.	Forte.
<b>Inscription dans les réseaux sociaux</b>	Faible.	Sensible à forte.	Forte.

Tableau 9: Typologie des entrepreneurs valorisés par les acteurs institutionnels locaux

*Réalisation : Loréna Clément, 2021.*

Trois groupes ressortent : les personnes accompagnées qui n'expriment pas d'engagement territorial sont peu visibles dans l'espace public local, les personnes accompagnées qui expriment un engagement territorial sont valorisées localement, les personnes accompagnées par une autre structure que la Miel qui expriment un engagement territorial sont valorisées à l'échelle départementale et/ou régionale. Ces groupes d'entrepreneurs illustrent que le soutien public apporté par les acteurs institutionnels locaux dépend de leur engagement territorial, mais aussi que les acteurs institutionnels procurent une visibilité urbaine aux individus dotés de suffisamment de capitaux<sup>307</sup> pour s'adapter à leurs attentes. Une nouvelle fois, l'objectif

306 La durabilité recherchée prend une forme économique, sociale, et/ou environnementale selon les projets.

307 Ces capitaux dépendent ici des titres scolaires, des compétences entrepreneuriales, du réseau social, du sexe, et de l'âge de l'entrepreneur qui influencent son sentiment de légitimité et ses ressources pour développer son activité.

promu d'un accès pour tous aux ressources pour entreprendre est à nuancer. Bien que la Miel accueille une variété de profils, les acteurs institutionnels locaux privilégient les entrepreneurs qui sont capables d'affirmer un capital d'autochtonie conforme à leur demande d'engagement local. En les soutenant dans l'espace public urbain, ils augmentent ce capital et leurs opportunités commerciales. Il convient maintenant de détailler chaque groupe.

### 2.2.1.2 Une reconnaissance institutionnelle en faveur d'une élite

Le premier groupe d'entrepreneurs est constitué de la majorité invisible. Il correspond aux individus accompagnés par la Miel qui ne sont pas mis en valeur dans l'espace public par la structure et par ses partenaires institutionnels : ils ne témoignent pas lors d'événements publics locaux, et ils ne sont cités en exemples ni sur leurs réseaux sociaux ni dans leurs documents de communication. Ces personnes créent des activités traditionnelles de petite ampleur fondées sur leur savoir-faire pour répondre à des contraintes économiques et/ou pour s'épanouir dans leur travail. Souvent en reconversion professionnelle, elles entreprennent pour améliorer leur vie personnelle sans expliciter un attachement territorial, des valeurs écologiques, et/ou des valeurs sociales qui motiveraient leur projet<sup>308</sup>. D'ailleurs, la majorité des entrepreneurs accompagnés par la Miel ignore l'existence de l'ESS, malgré la posture volontariste de l'Intercommunalité à ce sujet. L'annulation des formations collectives consacrées à cette thématique en 2018 et en 2019 révèle l'absence de connaissance et/ou d'intérêt des personnes accompagnées. Les portraits de ces entrepreneurs invisibles sont variés. Hommes et femmes confondus, certains sont diplômés de l'enseignement supérieur, et d'autres sont autodidactes. Ils ont généralement entre quarante et cinquante ans. Un point commun les rapproche néanmoins : ils utilisent peu les réseaux sociaux. Cette distance numérique renforce leur invisibilité et les éloigne des informations postées par les acteurs institutionnels locaux. Par ailleurs, ils mobilisent peu les codes et les réseaux institutionnels de l'entrepreneuriat qu'ils connaissent mal. De fait, ils ignorent les attentes de ces derniers en termes d'engagement local, ce qui explique en partie qu'ils ne soient pas mis en valeur. Bien qu'elle ne soit pas forcément désirée par les entrepreneurs, cette mise en valeur concourt à leur reconnaissance auprès de partenaires économiques potentiels, et donc au développement de leur projet. L'entrepreneur du BTP, la traiteuse de plats gourmets africains, le créateur d'une plateforme multiservices destinée aux expatriés africains, l'architecte en lumière pour les espaces extérieurs et intérieurs, ou encore le créateur d'une agence de voyages mystères en ligne appartiennent à cette catégorie.

308 Ces valeurs existent parfois mais elles ne sont pas explicitées.

Le deuxième groupe d'entrepreneurs est constitué d'une minorité visible à l'échelle locale. Il correspond aux individus accompagnés par la Miel qui sont appelés à témoigner ou à fournir des prestations lors d'événements organisés par la structure ou par ses partenaires institutionnels dionysiens. Leurs produits sont commercialisés dans des lieux dédiés gérés par les acteurs institutionnels locaux. Ces derniers citent parfois leur expérience entrepreneuriale en exemple sur leurs réseaux sociaux ou dans leurs documents de communication<sup>309</sup>. La sollicitation institutionnelle locale et régulière de ces entrepreneurs favorise la création d'un groupe visible dans l'espace urbain. Ils sont présents dans la boutique d'Artefact 93, de Pointcarré, à la Foire des savoir-faire, ou encore à la Fête des tulipes. Leurs rencontres multiples occasionnent leurs partenariats économiques. Ceux-ci reposent aussi sur leurs affinités personnelles, car ce groupe d'entrepreneurs partage globalement des valeurs communes. Comme le premier groupe, ces personnes créent des activités de petite ampleur fondées sur un savoir-faire dans une logique de reconversion professionnelle. Contrairement au premier groupe, elles sont d'abord mues par une recherche d'épanouissement au travail. Cet épanouissement résulte en partie de leur possibilité d'agir pour leur territoire, ses habitants, et/ou l'environnement, en créant notamment des projets en circuit-court qui utilisent des produits biologiques, qui s'appuient sur des relations économiques équitables, et/ou qui proposent des services à des publics minorés. D'ailleurs, ces personnes sont souvent bénévoles dans des associations locales. En devenant entrepreneuses, certaines ont décidé de transformer leur bénévolat en pratique professionnelle rémunératrice. Les portraits de ces entrepreneurs sont plus homogènes que ceux du premier groupe. Le deuxième groupe réunit principalement des femmes diplômées de l'enseignement supérieur. D'une trentaine d'années, elles sont plus jeunes que les entrepreneurs du premier groupe. Leur âge et leur capital scolaire les conduisent à utiliser davantage les réseaux sociaux que les individus du premier groupe. Bien que certaines n'y trouvent aucun plaisir, elles savent que leur visibilité numérique est primordiale pour développer leur activité. A travers leur association ou leur emploi salarié, elles interagissent ponctuellement avec les acteurs institutionnels locaux, qui renforcent leur capital d'autochtonie<sup>310</sup>. Acculturées à leurs codes et à leur vocabulaire, elles connaissent leurs

---

309 Par exemple, certains entrepreneurs accompagnés par la Miel ont fait l'objet d'articles dans le journal hebdomadaire de Saint-Denis.

310 Par exemple, la prestataire de chorales d'entreprise est cheffe de chœur d'une association montreuilloise, membre d'un réseau de la Seine-Saint-Denis qui accompagne des jeunes artistes, et membre d'un groupe de musique résidant dans une salle de concert au Blanc-Mesnil ; la gérante de l'espace de coworking à domicile est trésorière et membre de deux associations dionysiennes d'agriculture urbaine ; la gérante du site internet de mise en réseau d'entrepreneurs est membre d'une association de femmes, donne bénévolement des cours d'alphabétisation, et est devenue ambassadrice de la marque territoriale In Seine-Saint-Denis.

attentes en termes d'engagement territorial. Ces attentes correspondent généralement à leurs propres valeurs. La créatrice de l'incubateur dédié aux projets cosmétiques, la traiteuse de plats d'influence méditerranéenne, la prestatrice de chorales d'entreprise, la gérante du site internet de mise en réseau d'entrepreneurs, la masseuse, la gérante de l'espace de coworking à domicile, le producteur de rhums arrangés, ou encore la conceptrice de storytelling pour les entreprises de la maison appartiennent à cette deuxième catégorie.

Le troisième groupe d'entrepreneurs est constitué d'une minorité valorisée publiquement à l'échelle départementale et/ou régionale. Il correspond aux individus qui sont accompagnés par d'autres structures que la Miel, que j'ai rencontrés comme témoins lors d'événements publics, et/ou dont les noms reviennent fréquemment dans les articles de journaux et/ou dans les documents de communication institutionnels relatifs à l'entrepreneuriat en banlieue. Ils représentent des rôles modèles mis en valeur par les acteurs institutionnels pour inciter les habitants des QPV à entreprendre et à s'impliquer localement. Bien que leurs portraits soient hétérogènes, la majorité de ces individus est constituée d'hommes, d'une trentaine d'années, diplômés de l'enseignement supérieur ou autodidactes. L'engagement territorial et/ou social de leur entreprise est explicitement affirmé. Actifs sur les réseaux sociaux, ils savent se faire connaître des acteurs publics et/ou des médias en fonction de leur capital scolaire et social<sup>311</sup>. A l'aise avec le vocabulaire de la tech et/ou institutionnel, ils formulent leurs projets d'activité en fonction des attentes de ces acteurs. En les mettant en lumière, ces derniers renforcent leur légitimité et créent un effet boule de neige de publicisation. Les entrepreneurs du troisième groupe sont cités régulièrement par la sphère institutionnelle qui porte la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, du niveau local au niveau national. J'en ai croisé certains à plusieurs reprises, au forum « Réussir en Seine-Saint-Denis », aux événements organisés par la BPI, et dans des articles de journaux qui traitent de l'entrepreneuriat en banlieue. Moussa Camara, le fondateur de l'association Les Déterminés, est une figure emblématique des entrepreneurs qui caractérisent cette troisième catégorie.

Les acteurs institutionnels locaux rendent visibles dans l'espace public urbain des activités entrepreneuriales qui affirment un objectif de développement local. Leur mise en lumière

---

311 Par exemple, les entrepreneurs autodidactes appartenant à ce troisième groupe compensent leur manque de capital scolaire en utilisant la sphère numérique et en valorisant leur détermination personnelle pour atteindre leur cible.

procure une reconnaissance institutionnelle aux entrepreneurs concernés, ce qui accroît leur capital d'autochtonie et leur légitimité entrepreneuriale, sociale, et personnelle. Ces entrepreneurs sont généralement des individus qui disposent déjà de réseaux de relations localisés qu'ils savent mobiliser pour répondre à l'attente institutionnelle d'engagement local. Ils constituent une forme d'élite entrepreneuriale qui renforce ainsi sa position dans l'espace urbain local, au détriment des entrepreneurs qui utilisent des réseaux de relations localisés sans les revendiquer, faute de discerner l'enjeu d'engagement local porté par les acteurs institutionnels. Il convient maintenant de préciser les différentes stratégies d'adaptation des entrepreneurs aux attentes des politiques locales.

## *2.2.2 Une adaptation différenciée des entrepreneurs aux attentes institutionnelles*

### *2.2.2.1 Des entrepreneurs qui mobilisent les pouvoirs publics*

La capacité d'adaptation des individus aux attentes des acteurs institutionnels qui portent la politique entrepreneuriale influence en partie le développement de leur activité, car leur reconnaissance institutionnelle leur procure une inscription dans l'espace urbain qui leur offre des opportunités économiques. Dans ce contexte, il s'agit d'appréhender les postures des personnes rencontrées vis-à-vis des politiques locales, et de voir leurs effets sur leur valorisation entrepreneuriale. Tout comme des acteurs publics locaux considèrent les entrepreneurs comme un support de développement territorial, certains entrepreneurs enquêtés considèrent l'action publique comme un support de leur activité économique. Appartenant au deuxième ou au troisième groupes susmentionnés, des individus ajustent leur projet aux attentes institutionnelles qu'ils transforment en opportunités. C'est le cas de l'entrepreneuse qui souhaite commercialiser des crèmes pour peaux mates et foncées dans les magasins de moyenne et de grande surfaces. Cliente d'un laboratoire de production cosmétique situé en banlieue parisienne, elle valorise sa localisation pour répondre à l'attente d'engagement local des acteurs publics dans l'espoir d'obtenir des aides. Lors de l'entretien, elle insiste sur le caractère « fait en banlieue parisienne, en circuit-court » de ses crèmes, dont la dimension spatiale repose sur un opportunisme pragmatique davantage que sur un attachement (janvier 2019). Le parcours de la traiteuse de plats d'influence méditerranéenne illustre aussi une adaptation aux attentes institutionnelles selon une logique d'opportunité

économique.

*Un ajustement des valeurs personnelles aux attentes institutionnelle*

Une entrepreneuse d'environ 35 ans, française, ancienne salariée du secteur culturel, propose des repas d'influence méditerranéenne élaborés à partir d'ingrédients frais et locaux. Accompagnée par la Miel, elle a créé sa micro-entreprise avec son époux en 2014. Dans sa communication Facebook, la traiteuse insiste sur les valeurs écologiques de son projet, qui utilise des aliments produits localement, en agriculture biologique ou raisonnée, et qui limite les déchets et les trajets de distribution en transport polluant. Elle privilégie une clientèle dionysienne ou séquano-dionysienne, qu'elle livre principalement à pied et à vélo. Elle montre ainsi un engagement pour un territoire qu'elle habite depuis une décennie. Dans l'une de ses vidéos marketing, elle filme le marché de Saint-Denis, où elle achète ses ingrédients. Sa stratégie commerciale et publicitaire fonctionne auprès des acteurs institutionnels locaux. La traiteuse a fourni les buffets de la fête d'anniversaire des 20 ans de la Miel et de la soirée « J'entreprends à Saint-Denis » ; elle a obtenu des stands à la Foire des savoir-faire et au festival des cultures urbaines qui se déroule dans la salle de la Légion d'Honneur ; elle a vendu des déjeuners à Pointcarré. Sa forte inscription dans le réseau institutionnel local de l'entrepreneuriat s'explique en partie par son capital d'autochtonie constitué par des expériences professionnelles antérieures, qui l'avaient conduite à fréquenter des représentants de collectivités territoriales dont elle a assimilé les objectifs et le vocabulaire.

La traiteuse est portée par des valeurs personnelles de développement durable, qui représentent aussi un nouveau marché économique. Elle les met au profit de son activité entrepreneuriale en les adaptant aux demandes institutionnelles. Cet ajustement lui confère une forme de pouvoir local qui rend effectif son capital d'autochtonie, et lui procure une visibilité dans l'espace urbain qui favorise son activité économique. Aux côtés des acteurs publics, elle produit le territoire dionysien en y tissant des relations socio-économiques et en animant ses lieux publics par la vente de ses plats. Parfois, l'inscription locale des entrepreneurs se traduit politiquement, comme le révèle le parcours professionnel d'élus croisés pendant l'enquête. La cheffe d'orchestre qui a témoigné aux 20 ans de la Miel est élue à la Ville de Stains où elle officie. Mohamed Gnabaly, le maire élu à l'Ile-Saint-Denis en 2016, est aussi le dirigeant d'une SIAE qui propose des prestations de restauration. Pendant certains discours publics, il présente son engagement politique local comme le prolongement de son engagement entrepreneurial dans l'ESS.

#### 2.2.2.2 Des entrepreneurs réceptifs à une acculturation

La transformation de la demande institutionnelle d'engagement local en opportunité économique pour l'entrepreneur nécessite que ce dernier soit capable d'affirmer publiquement un capital d'autochtonie en mobilisant ses ressources scolaires, culturelles, et/ou sociales. Or,

certaines entrepreneurs n'en possèdent pas suffisamment pour y parvenir. Dans ce contexte, les conseillers enquêtés les aident à visibiliser des valeurs qui sous-tendent leur projet économique sans être explicitées, et qui correspondent aux attentes des acteurs institutionnels locaux. Les conseillers mettent en lumière ces valeurs implicites en les traduisant dans le langage institutionnel. Ce cas de figure correspond aux personnes situées dans le premier groupe de la typologie qui développent des formes inexprimées de solidarité locale, sociale, et/ou écologique dans leur activité, qui reste d'abord motivée par des contraintes socio-économiques. L'enseignante qui anime des ateliers pédagogiques alternatifs réfléchit par exemple à choisir le statut associatif pour atteindre un équilibre budgétaire, après que sa conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 le lui ait suggéré. En procurant des temps d'enseignement aux enfants qui habitent en QPV, l'entrepreneuse répond sans le savoir à une demande publique qui pourrait lui procurer des aides financières et logistiques si son entreprise devient une association. Des conseillers font aussi découvrir aux personnes qu'ils suivent des champs inconnus dans lesquels elles s'impliqueraient volontairement si elles les connaissaient. L'accompagnement de la traiteuse de plats algérois revisités lui a permis de découvrir et d'intégrer l'écosystème ligérien de l'ESS. En suivant les recommandations de sa conseillère de l'Ouvre-Boîte 44 qui l'a mise en relation avec des acteurs de l'ESS comme le Solilab, la traiteuse a réorienté sa production vers des pratiques en circuit-court, qui utilisent des ingrédients biologiques et/ou de saison, et qui limitent les déchets. Elle vend dorénavant des déjeuners à l'incubateur et lors d'événements publics valorisant l'ESS. Convertie aux pratiques écologiques de production alimentaire dont elle partage les valeurs et qui lui permettent d'accroître sa clientèle, la traiteuse développe maintenant des pratiques solidaires, afin de partager sa réussite, en embauchant temporairement des individus en quête d'emploi qui lui demandent son aide. L'acculturation des entrepreneurs du premier groupe de la typologie aux attentes institutionnelles locales par les conseillers leur permet parfois de rejoindre le deuxième groupe, après une période d'accompagnement importante.

Les trajectoires entrepreneuriales de l'enseignante et de la traiteuse mettent en lumière la difficulté à délimiter l'appartenance des activités au champ de l'ESS. Bien que les entrepreneurs rencontrés s'y réfèrent peu car ils le méconnaissent<sup>312</sup>, leur projet porte souvent des valeurs écologiques et/ou sociales. C'est ce que montre l'observation d'une formation collective organisée par la Miel, qui était consacrée à la communication. Pendant la formation, l'ESS n'a jamais été évoquée alors que les participants ont présenté des projets de vente de

---

312 Parmi les 27 entrepreneurs enquêtés, 15 ne connaissaient pas l'acronyme « ESS ».

produits cosmétiques conçus à partir de produits alimentaires biologiques, de vente de produits culinaires africains haut-de-gamme élaborés par une coopérative de femmes labellisée en commerce équitable, d'une « brasserie de l'amour »<sup>313</sup> qui proposerait des bières locales pour accompagner des parties de jeux de société et qui serait ouverte à des associations féministes et/ou d'agriculture durable, ou encore d'une épicerie fine avec un espace de restauration qui vendrait des produits alimentaires biologiques et locaux (mars 2019). Lorsque des formes de solidarité sont implicitement présentes dans l'activité économique, l'appartenance de l'entrepreneur à l'ESS dépend de sa capacité à formuler son projet de manière à être reconnu comme tel par les acteurs institutionnels. L'acculturation menée par les structures d'accompagnement vise en partie à ce qu'il fasse valoir son engagement local pour devenir légitime au yeux des institutions, et accéder ainsi aux ressources qu'elles proposent pour se valoriser économiquement et socialement.

### 2.2.2.3 Des entrepreneurs qui éprouvent les attentes institutionnelle comme des injonctions

Tandis que des entrepreneurs s'approprient les attentes des acteurs institutionnels locaux grâce à leurs capitaux initiaux ou avec l'aide de leurs conseillers, d'autres entrepreneurs les vivent comme des injonctions. Lors des entretiens, ils se montrent critiques vis-à-vis des des acteurs institutionnels locaux dont ils assimilent les attentes à une assignation à la création de certains types de projet.

*« Quand tu viens de banlieue, j'ai l'impression que tu montes un certain type de projet pour qu'on t'aide » (avril 2019)*

Je discute avec un entrepreneur de 25 ans, français d'origine camerounaise, qui a vécu sa jeunesse dans des cités séquano-dionysiennes, et qui est depuis peu diplômé d'une école d'ingénieur. Il est accompagné par l'incubateur Station F<sup>314</sup>, après avoir gagné le concours de Startup Banlieue grâce à son projet d'application numérique de rencontres amoureuses entre cercles de connaissances. Il relate son expérience à un précédent concours organisé par le Département de la Seine-Saint-Denis, intitulé « Go in Seine-Saint-Denis »<sup>315</sup>, dont il garde un goût amer. Il explique son échec par « des raisons plus politiques » que la viabilité de son projet. Ce dernier ne répondait pas aux attentes du jury qui a privilégié des projets à dimension sociale et/ou qui affirment une appartenance locale. D'après l'entrepreneur, la solidité économique du projet est jugée secondaire par rapport aux valeurs qu'il porte. Ne

313 L'expression a été employée par les porteurs du projet.

314 Station F est un campus de start-ups créé par Xavier Niel.

315 Ce concours est destiné aux projets implantés en Seine-Saint-Denis qui sont consacrés en priorité à ses habitants. Il vise à « promouvoir l'esprit du In Seine-Saint-Denis et ses valeurs, c'est-à-dire faire reconnaître le département comme territoire de création, d'imagination, de solidarité, d'inventivité » selon la page internet qui lui est dédiée. Les lauréats sont sélectionnés et accompagnés par les ambassadeurs d'In Seine-Saint-Denis.

correspondant pas aux « projets qu'on veut voir et faire gagner », l'entrepreneur critique la position du jury qui « force » à « faire du larmoyant » pour être reconnu. N'ayant pas perçu les attentes du concours au moment de sa candidature, il a vécu son échec comme une tromperie et une décredibilisation de ses compétences professionnelles par les ambassadeurs d'In Seine-Saint-Denis. Sa légitimité en tant qu'entrepreneur, mais aussi en tant que citoyen, a été éprouvée : « Je ne dis pas que je ne m'intéresse pas à l'écologie et tout ça. Juste, le projet que je veux lancer, il n'est pas là-dedans. Et je ne vois pas comment lancer un projet là-dedans pour avoir des subventions, du soutien, pour avoir de la force ». Sa remise en cause institutionnelle est d'autant plus forte qu'elle provient de la collectivité territoriale dont il est issu, et auquel il se rattache affectivement. Elle révèle un écart sur leur manière d'envisager l'activité entrepreneuriale. Tandis que les ambassadeurs d'In Seine-Saint-Denis l'appréhendent comme un outil de valorisation territoriale, l'entrepreneur l'appréhende comme un support de création de valeur économique. Sa conception est influencée par sa formation en école d'ingénieur dont les règles, le langage, et les attentes diffèrent de ceux de la collectivité territoriale concernée.

Cette expérience montre que les projets entrepreneuriaux portent des sens et des valeurs différentes en fonction des logiques des acteurs. Alors que certains projets sont légitimés car ils servent des politiques de développement local, d'autres sont laissés à l'écart par les acteurs institutionnels locaux étudiés. L'absence de leur reconnaissance affectent l'estime d'entrepreneurs quand ils ont conscience d'être marginalisés. Leur sentiment d'être méprisés peut les conduire à critiquer les politiques locales existantes pour se revaloriser personnellement. Par ailleurs, certains entrepreneurs qui répondent aux attentes d'engagement local des acteurs institutionnels considèrent n'en pas profiter assez. Ambassadrice d'In Seine-Saint-Denis, la gérante de la plateforme numérique de mise en réseau d'entrepreneurs a l'impression que la collectivité territoriale exploite son image à des fins de marketing territorial, sans qu'elle en tire de bénéfices. Son ajustement aux objectifs institutionnels ne lui apporte pas les ressources économiques et sociales qu'elle espérait. Ce sentiment d'exploitation par les pouvoirs publics est aussi perçu par une entrepreneuse rencontrée sur le terrain nantais. La productrice et vendeuse de vêtements en wax accompagnée par Osez Entreprendre a rejoint un comité de réflexion sur l'aménagement d'un local situé dans son quartier, qui a été organisé par Nantes Métropole dans le cadre du projet de renouvellement urbain. Sa présence en tant qu'habitante, membre d'association, et entrepreneuse a légitimité les décisions du comité sur lesquelles elle n'avait pas son mot à dire.

Bien qu'ils soutiennent une variété de projets économiques, les acteurs institutionnels locaux privilégient l'accès des espaces urbains aux entrepreneurs qui répondent à leur objectif de

développement territorial en affirmant un engagement local. Capables de s'adapter aux attentes institutionnels grâce à leurs capitaux initiaux, ces entrepreneurs profitent de leur visibilité locale pour renforcer leur capital d'autochtonie et leurs opportunités commerciales. La légitimité d'une élite entrepreneuriale se renforce au détriment d'une majorité populaire, moins visible, dont la reconnaissance institutionnelle urbaine est plus réduite.

## **Conclusion**

Ce huitième chapitre a étudié les activités économiques mises en valeur par les politiques locales dans les espaces publics pour questionner la reconnaissance institutionnelle des entrepreneurs des QPV.

Les pratiques des individus rencontrés reposent sur une forme de capital d'autochtonie, en ce qu'ils mobilisent des ressources présentes dans leur espace urbain local à la vie duquel ils participent en retour. Pour autant, ces pratiques entrepreneuriales locales ne sont pas également reconnues par les acteurs institutionnels locaux, qui privilégient les entrepreneurs revendiquant explicitement un engagement local. Ces entrepreneurs possèdent des capitaux scolaire, culturel, et/ou social qui leur permettent de répondre aux attentes institutionnelles et d'acquérir leur reconnaissance. Ils accèdent à une visibilité urbaine en étant invités lors d'événements publics et dans des haut lieux locaux, ce qui renforce leur capital d'autochtonie et leurs opportunités commerciales. A l'inverse, les entrepreneurs moins dotés en capitaux par leur trajectoire personnelle et professionnelle répondent plus difficilement aux attentes institutionnelles et possèdent une moindre légitimité dans l'espace urbain local. Des conseillers acculturent ces entrepreneurs qui développent souvent des activités populaires informelles pour faciliter leur accès aux ressources urbaines détenues par les pouvoirs publics locaux.

## CONCLUSION DE PARTIE

La troisième partie a examiné la manière dont des individus accompagnés vivent leurs expériences entrepreneuriales en interrogeant leurs effets en termes d'*empowerment*.

Leur démarche entrepreneuriale s'inscrit dans une logique duale de contrainte et de liberté. Elle traduit des processus de discriminations, mais elle permet de renverser les stigmates affiliés à ces identités assignées. Elle est influencée par un marché de l'emploi restreint, mais elle permet une appropriation de son rapport au travail. Elle produit de la souffrance, mais elle produit aussi de l'épanouissement. Tout en s'inscrivant dans la rationalité néolibérale qui incite les individus à s'auto-exploiter en valorisant leur autonomie, la démarche entrepreneuriale est réinterprétée par les personnes enquêtées qui en tirent des formes de reconnaissance. Pour autant, ses effets en termes de politisation sont limités. La démarche et l'accompagnement entrepreneuriaux reposent sur une logique capacitaire et individuelle qui réduit les formes de conscientisation collective et politique. Il s'agit avant tout d'être reconnu par les institutions en intégrant leurs règles économiques et sociales par des pratiques qui sont parfois différenciées. Finalement, l'accompagnement et l'expérience entrepreneuriales des individus rencontrés apparaissent comme un moyen de s'approprier ses modalités d'existence pour s'épanouir personnellement dans un contexte contraint par des inégalités sociales et économiques, en s'acculturant aux attentes des acteurs institutionnels.

Malgré le processus de mise en conformité à l'œuvre dans l'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, une pluralité d'expériences entrepreneuriales ressort de l'enquête. Elle invite à décentrer le regard sur la notion d'entrepreneuriat, de travail, et d'égalité en mobilisant une approche du droit aux différences. C'est l'ouverture qui est proposée dans la conclusion générale.



# Conclusion

La thèse a étudié deux mises en œuvre locales de la politique publique nationale d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV, censée favoriser l'égalité des chances dans des territoires précarisés. Elle a questionné les effets de cette action publique dans la production d'inégalités à travers deux angles : l'accès pour tous aux ressources pour entreprendre et ses conséquences en termes d'*empowerment* pour les personnes suivies.

L'accompagnement mené dans les territoires d'étude augmente les ressources de publics divers, mais il profite davantage à ceux qui possèdent des capitaux sociaux et culturels préalables. La Miel et Osez Entreprendre sont ouvertes au plus grand nombre ; elles accueillent surtout des individus minorés qui portent des projets modestes. Ceux-ci s'approprient différemment les ressources proposées par leurs conseillers en fonction de leurs capitaux personnels. A l'inverse, des structures d'accompagnement spécialisées ciblent les projets à potentiel de développement et/ou jugés innovants qui sont les seuls à bénéficier de leurs ressources entrepreneuriales. L'accès différencié des individus aux structures d'accompagnement et leur appropriation différenciée des ressources qu'elles procurent creusent l'écart entre l'élite et la base des entrepreneurs suivis en QPV. La logique dite de la locomotive<sup>316</sup> semble s'installer, même si elle n'émane pas d'une stratégie des acteurs publics. Par ailleurs, les structures d'accompagnement adaptent leurs actions aux situations socio-économiques précaires des personnes qu'elles suivent dans le but de les acculturer et de les intégrer au monde économique formel. Travaillant depuis longtemps auprès des publics de QPV, la Miel et Osez Entreprendre proposent principalement un accompagnement individuel fondé sur l'apport de compétences entrepreneuriales de base, d'un réseau, et d'une confiance en soi pour légitimer les individus minorés aux yeux des acteurs économiques institutionnels. Elles suivent surtout un objectif d'insertion socio-professionnelle et elles visent d'abord les demandeurs d'emploi et les femmes, au détriment d'autres publics discriminés présents en QPV. Les acteurs publics valorisent aussi des figures de créateurs d'entreprise issus de banlieue pour modifier les représentations communes de l'entrepreneur qui délégitiment les porteurs de projet vivant en QPV, car ils ne s'y projettent pas.

Tendue entre une logique d'*empowerment* et une logique de responsabilisation individuelle, la

---

316 Elle renvoie à l'intégration des couches supérieures du groupe minoré dans la société globale.

démarche entrepreneuriale s'inscrit dans une rationalité néolibérale que les personnes accompagnées négocient. Si la création d'activité représente souvent une solution professionnelle face à un marché de l'emploi fermé et/ou précaire, elle constitue toujours un projet de vie pour les personnes qui se lancent. Elle semble moins vécue comme un moyen d'avoir un emploi qu'un moyen de reconquérir sa façon de travailler. Dans ce cadre, elle s'apparenterait à une option raisonnable d'égalité des chances dans une société structurellement inégalitaire. Les individus enquêtés vivent l'entrepreneuriat comme une démarche d'épanouissement qui permet de s'approprier sa subjectivité et son travail, en conciliant ses sphères professionnelle et privée. Certains y cherchent une reconnaissance et une légitimité sociales que leur procurerait le statut d'entrepreneur en leur permettant de renverser leurs stigmates. Leur expérience entrepreneuriale leur permet aussi de partager leurs expériences personnelles de minoration, qui entraînent parfois la formation d'une conscience critique sans effet de politisation.

L'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV recouvre ainsi plusieurs tensions. Établi par les acteurs politiques nationaux et locaux, il inclut des objectifs à la fois sociaux et économiques. Ceux-ci conduisent à l'existence de structures d'accompagnement aux stratégies, aux modes d'accompagnement, et aux publics différents. Bien que complémentaires, ces structures entrent parfois en concurrence et segmentent socialement l'accès aux ressources pour entreprendre. Si la politique de soutien à l'entrepreneuriat facilite l'accès à tous, elle ne leur permet pas l'accès à tout. Par ailleurs, la démarche entrepreneuriale est fondée sur des processus simultanés de spécification et de standardisation. D'une part, des conseillers différencient leurs méthodes pour les rendre accessibles aux publics des QPV afin de les acculturer au monde économique formel. D'autre part, des entrepreneurs valorisent leurs différences sociales pour développer leur activité afin d'être reconnus comme pairs par les acteurs institutionnels. Enfin, l'expérience entrepreneuriale représente pour beaucoup le choix de s'auto-exploiter pour s'affranchir d'un monde du travail salarial discriminant. Des individus rencontrés acceptent les contraintes et les souffrances intrinsèques à leur démarche entrepreneuriale car celle-ci leur procure des formes de reconnaissance et de liberté personnelles. Finalement, l'expérience entrepreneuriale favorise un processus d'*empowerment* individuel qui cache les effets des structures inégalitaires. Elle s'inscrit dans un jeu de négociation constant entre la visibilisation et l'homogénéisation des pratiques et des représentations entrepreneuriales minorées.

L'analyse interdisciplinaire de l'aide à la création d'activité en politique de la ville permet d'interroger plus largement cette politique territorialisée, ainsi que l'entrepreneuriat.

L'examen de mises en œuvre locales d'accompagnement nourrit les réflexions sur la politique de la ville. Il révèle les interactions entre les niveaux national et local, le premier orientant les actions du second qui détient une marge de manœuvre importante. Celui-ci se compose des Intercommunalités qui interprètent et précisent les directives nationales pour organiser l'accompagnement sur leur territoire, mais aussi des structures et de leurs conseillers qui appliquent ces décisions tout en les adaptant à leurs expériences quotidiennes. Les acteurs locaux ne partagent pas tous les mêmes univers et langage de l'entrepreneuriat, ce qui conduit à une diversité d'accompagnements en QPV. Cette dernière traduit des finalités différentes du soutien à la création d'activité en politique de la ville, tendu entre une politique d'insertion sociale et une politique de développement économique. La récente orientation nationale au profit du développement économique modifie néanmoins les actions des structures étudiées<sup>317</sup>. Leurs conseillers sont par ailleurs traversés par des tensions qui structurent traditionnellement la politique de la ville, dont le critère spatial s'articule à des critères sociaux. Ils critiquent la stigmatisation induite par la territorialisation de l'accompagnement, mais ils ne peuvent s'en passer pour avoir les moyens d'agir auprès d'un public précaire qui requiert plus d'efforts. Des élus locaux se placent aussi dans une double posture en leur demandant d'intervenir au sein des quartiers tout en préconisant une intégration intercommunale. Certains prônent d'ailleurs de diversifier les projets entrepreneuriaux à accompagner, selon un objectif de mixité pour améliorer les conditions de vie des habitants, mais qui profitent aux entrepreneurs les plus diplômés.

L'examen de territoires qui concentrent des publics multiminorés nourrit aussi les réflexions sur l'entrepreneuriat. L'approche intersectionnelle a croisé les angles de recherche de l'entrepreneuriat ethnique, de l'entrepreneuriat contraint, et de l'entrepreneuriat féminin pour mettre en lumière des processus de différenciation et de discrimination qui structurent le rapport à l'entrepreneuriat des personnes minorées et qui réduisent leurs capacités d'action. Selon les contextes, ces personnes mobilisent différemment les caractéristiques afférentes à leur genre, leur origine géographique, leur race, leur classe sociale, et leur âge qui constituent autant des obstacles que des ressources pour entreprendre. La diversité des trajectoires

---

317 Par exemple, la comparaison des objectifs de l'appel à projet d'Osez Entreprendre lancé pour la période 2021-2023 avec ceux de la période 2018-2020 montre l'intérêt accru pour l'accompagnement des dirigeants d'entreprise. Il serait intéressant de comparer les nouvelles conventions d'objectifs pluriannuelles signées par différentes administrations nationales avec les précédentes pour analyser les évolutions de la politique d'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV en termes de finalité et de stratégie.

entrepreneuriales rencontrées dépasse les clichés de l'entrepreneuriat de banlieue constitué par les figures antinomiques du startupper self-made-man et du chauffeur uber contraint. Les expériences entrepreneuriales des personnes enquêtées nuancent également la définition commune de l'entrepreneuriat, entendue comme une forme de travail productif qui vise la croissance économique. Au contraire, leurs attentes et leurs pratiques reposent sur des activités modestes qui relèvent d'un travail extensif, inscrit dans leur vie quotidienne. Leur travail entrepreneurial brouille les frontières entre le formel et l'informel, le domestique et le professionnel, l'économique et le social.

Riche en questionnements, les années de thèse m'ont conduite à affirmer ma volonté de mener des projets de recherche portés par un engagement social.

L'enquête de terrain a révélé des pratiques entrepreneuriales qui favorisent des formes d'épanouissement malgré un contexte précaire. Animées par les injonctions de la rationalité néolibérale, les personnes rencontrées n'en développent pas moins un rapport à soi et à leur travail qui traduit un processus d'*empowerment* individuel. Ces résultats invitent à réfléchir aux conditions d'émergence d'un *empowerment* collectif et politique par l'expérience entrepreneuriale, en tant que travail extensif qui réconcilierait l'économie avec la vie. Cette posture revendique la reconnaissance des expériences entrepreneuriales minorées comme pistes pour penser un nouveau rapport au travail, à l'économie, et à la société. Elle s'inscrit dans une approche féministe, en continuité des travaux de géographie économique sur les *diverse economies*. Dans l'ouvrage *The End of Capitalism (as we knew it) : a feminist critique of political economy*, Katherine Gibson et Julie Graham décentrent le savoir depuis les catégories usuelles de la géographie économique, comme le profit ou la croissance, pour proposer de nouveaux mondes économiques qui repoussent les limites de ce qui est communément jugé réaliste (Gibson-Graham, 2006). Elles réarticulent notamment les sphères productive et reproductive en valorisant les activités de soin à autrui. Cette posture invite à repenser le principe d'égalité dans l'accompagnement à l'entrepreneuriat en QPV. Plutôt que d'acculturer les publics minorés aux codes de l'entrepreneuriat formel en vue d'une égalité des chances à intégrer le monde économique institutionnel, il s'agirait de légitimer leurs conceptions et leurs pratiques entrepreneuriales en vue d'un droit aux différences. A travers leur démarche de création d'activité, certaines personnes performant et s'approprient leurs identités assignées et/ou choisies pour être reconnues comme des individus à part entière. Cette lutte pour la reconnaissance des expériences et des publics minorés sous-tend l'enjeu

politique selon lequel les différences ne doivent plus constituer des outils de hiérarchisation des êtres humains, mais être considérées comme des variations à valoriser pour vivre dans un monde pluriel moins inégalitaire. Murray Bookchin, militant écologiste libertaire états-unien, affirmait déjà cette position portée par un idéal de justice : « Il n'y a pas de hiérarchies dans la nature, autres que celles imposées par les modes de pensée hiérarchiques de l'esprit humain, mais plutôt de simples différences de fonctionnalité entre les éléments vivants et en leur sein. Le projet révolutionnaire demeurera incomplet et à sens unique tant qu'il n'aura pas reconnu le besoin de retirer tous les modes de pensée hiérarchiques, ainsi que toutes les conceptions d'« altérité » basées sur la domination, présentes en son sein » (Bookchin, 2016, p.303).

Cette posture de recherche engagée me conduit à vouloir appréhender l'entrepreneuriat des publics minorés sous l'angle de la justice spatiale. Entre autres pistes, il pourrait s'agir d'analyser la manière dont les politiques urbaines prennent en compte des formes minorées, notamment informelles et/ou populaires, de travail entrepreneurial dans l'organisation de l'espace urbain. Cette réflexion interrogerait plus globalement le droit à la ville de mondes économiques divers. En suivant la même logique, la recherche pourrait se centrer sur les CAE. Il s'agirait de demander en quoi ces structures constituent ou non des espaces de production d'autres rapports au travail entrepreneurial, notamment collectif. Complémentaire à la première piste, une seconde étudierait quant à elle les effets des pratiques entrepreneuriales informelles et/ou populaires en termes de développement local, et questionnerait la façon de caractériser celui-ci.



# Bibliographie

- Abdelnour Sarah, 2017, *Moi, petite entreprise : les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, PUF, Paris, 347p.
- Abdelnour Sarah, 2013, « L'entrepreneuriat au service des politiques sociales : la fabrique du consensus politique sur le dispositif de l'auto-entrepreneur », *Sociétés contemporaines* n°89, p.131-154.
- Abdelnour, Sarah, Lambert Anne, 2014, « « L'entreprise de soi » un nouveau mode de gestion politique des classes populaire ? Analyse croisée de l'accession à la propriété et de l'auto-emploi (1977-2012) », *Genèses* n°95, p.27-48.
- Accenture, PlaNet Finance France, 2014, *Entreprendre en Banlieue : pas de quartier pour l'exclusion*, Accenture, Paris, 16p.
- Adie, 2017, *Entrepreneurs des quartiers : les résultats de la première étude de l'Adie*, Adie, Paris, 5p.
- AFE, 2018, *Rapport d'activité 2017*, AFE, Paris, 58p.
- AFE, 2017, *Appel à manifestation d'intérêt 2017, « Initiatives structurantes pour l'entrepreneuriat dans les territoires fragiles »*, AFE, Paris, 14p.
- AFE, 2014, *7 engagements pour améliorer l'accompagnement des créatrices d'entreprise dans les territoires ruraux et les quartiers prioritaires de la politique de la ville*, AFE, Paris, 72p.
- Ahamada Saïd, 2021, *Égalité des chances sous l'angle de l'équité territoriale*, Rapport remis au Premier ministre, Paris, 82p.
- Ahl Hélène, 2006, « Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.595-621.
- Ahl Hélène, 2004, *The Scientific Reproduction of Gender Inequality A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*, Liber, Montréal, 235p.
- Albert Anaïs, Plumauzille Clyde, Ville Sylvain, 2017, « Déplacer les frontières du travail », *Tracés*, 21p.
- Aldrich Howard, Waldinger Roger, 1990, « Ethnicity and entrepreneurship », *Annual*

- Reviwe of sociology*, p.111-135.
- Alexandre Laurice, 2016, « Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre », *Revue de l'entrepreneuriat* vol.15, p.109-127.
- Alsop Ruth, Bertelsen Mette, Holland Jeremy, 2007, *Empowerment in practice : anlysis and implementation, A world Bank Learning Module*, Banque mondiale, New York, 72p.
- Alter Norbert, 2012, *La force de la différence, Itinéraires de patrons atypiques*, PUF, Paris, 275p.
- Alvedalen Janna, Boschma Ron, 2017, « A critical review of entrepreneurial ecosystems research : towards a future research agenda », *European Planning Studies*, p.887-903.
- Amiriaux Valérie, Simon Patrick, 2006, « There are no Minorities Here: Cultures of Scholarship and Public Debate on Immigrants and Integration in France », *International Journal of Comparative Sociology*, p.191-215.
- ANCT, ONPV, 2020, *Bien vivre dans les quartiers prioritaires, Rapport 2019*, ANCT, Paris, 312p.
- Anru, 2015, *Règlement général relatif au nouveau programme national de renouvellement urbain (NPNRU)*, Anru, Paris, 68p.
- Anru, 2013, *Consolider la dimension économique des territoires en rénovation urbaine, le guide pratique*, Anru, Paris, 91p.
- APCE, 2013, *Profil des auto-entrepreneurs et de leur entreprise*, APCE, Paris, 16p.
- Apur, 2020, *Les commerces dans les quartiers de la politique de la ville à Paris. Des commerces moins nombreux et moins diversifiés mais une tendance au rattrapage*, Apur, Paris, 44p.
- Aucouturier Anne-Lise, 1996, *La construction des objectifs d'une mesure de politique d'emploi : l'histoire de l'aide aux chômeurs créateurs d'entreprise*, Credoc, Paris, 58p.
- Aucouturier Anne-Lise, Mouriaux Marie-Françoise, 1994, « Créateurs et créations d'entreprises », *Travail et emploi* n°58, p.6-8.
- Authier Jean-Yves, Bacqué Marie-Hélène, Guérin-Pace France (dir.), 2006, *Le quartier, enjeux scientifiques, actions politiques et pratiques sociales*, La Découverte, Paris, 293p.
- A'Urba, 2021, *La création d'entreprises dans les quartiers politique de la ville, dispositifs et parcours d'accompagnement dans la métropole bordelaise*, A'Urba, Bordeaux, 69p.

- Bacqué Marie-Hélène, 2006, « *Empowerment* et politiques urbaines aux Etats-Unis », *Géographie, économie, société* vol.8, p.107-124.
- Bacqué Marie-Hélène, Biewener Carole, 2013, « Different Manifestations of the Concept of Empowerment : The Politics of Urban Renewal in the United States and the United Kingdom », *International Journal of Urban and Regional Research*, p.2198-2213.
- Bacqué Marie-Hélène, Fol Sylvie, 2007, « L'inégalité face à la mobilité : du constat à l'injonction », *Revue suisse de sociologie*, p.89-104.
- Bacqué Marie-Hélène, Fol Sylvie, 1997, *Le devenir des banlieues rouges*, L'Harmattan, Paris, 215p.
- Bacqué Marie-Hélène, Mechmache Mohamed, 2013, *Pour une réforme radicale de la politique de la ville*, rapport au Ministre Délégué chargé de la Ville, Paris, 97p.
- Baratier Jacques, 2005 *L'entreprise contre la pauvreté, la dernière chance du libéralisme*, Autrement, Paris, 186p.
- Barruel Frédéric, Thomas Stéphane, Filatriau Olivier, Mariotte Henri, 2014, *Créateurs d'entreprises : avec l'auto-entrepreneuriat, de nouveaux profils*, Insee Première, Paris, 4p.
- Bayad Mohamed, El Fenne Akram, Ferry Aurélien, 2016, « Porteurs de projet en recherche d'un nouvel emploi et entrepreneuriat : sortir de la dichotomie opportunité/nécessité », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.15, p.205-229.
- Bayad Mohamed, Gallais Marie, Marlin Xavier, Schmitt Christophe, 2010, « Entrepreneuriat et TPE : la problématique de l'accompagnement », *Management et Avenir* n°40, p.116-140.
- Beauchemin Cris, Hamel Christelle, Simon Patrick (dir.), 2015, *Trajectoires et origines, Enquête sur la diversité des populations en France*, INED éditions, Paris, 622p.
- Beaud Stéphane, 2018, *La France des Belhoumi, portraits de famille (1977-2017)*, La Découverte, Paris, 352p.
- Beaud Stéphane, 2003, *80 % au bac... et après ? Les enfants de la démocratisation scolaire*, La Découverte, Paris, 350p.
- Benko Georges, 2008, « La géographie économique : un siècle d'histoire », *Annales de géographie* n°664, p.23-49.
- Bentabet Elyes, Gadille Martine, 2019, *Les mondes sociaux des TPE et PME*, Octarès,

- Toulouse, 376p.
- Benveniste Emile, 1966, *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, Paris, 357p.
- Bertaux Daniel, 1997, *Les récits de vie*, Nathan, Paris, 128p.
- Berthaud Jérôme, 2013, *La banlieue du « 20 heures ». Ethnographie de la production d'un lieu commun journalistique*, Agone, Marseille, 430p.
- BGE, 2020, *Rapport d'activité 2019*, BGE, Paris, 42p.
- BGE, 2019, *1979-2019, Démocratiser la réussite entrepreneuriale, rapport d'activité*, BGE, Paris, 52p.
- Boltanski Luc, Chiapello Eve, 2011, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris, 971p.
- Bookchin Murray, 2016, *Au-delà de la rareté, l'anarchisme dans une société d'abondance*, Ecosociété, Montréal, 333p.
- Boring Anne, 2016, « L'entrepreneuriat des femmes : motivations et obstacles », *Regards croisés sur l'économie* n°19, p.130-142.
- Bouillon Florence, Lafaye Claudette, Baby-Collin Virginie, Deboulet Agnès (coord.), 2017, *Ville ordinaire, citadins précaires : Transition ou disparition programmée des quartiers-tremplins ?*, Centre Norbert Elias, CNRS, Paris, 451p.
- BPI, 2019, *Création année 2018 note d'analyse*, BPI, Paris, 21p.
- BPI, 2019, *Île-de-France, la création d'entreprises en 2018 et son évolution depuis 2000*, BPI, Paris, 9p.
- BPI, 2019, *Pays de la Loire, la création d'entreprises en 2018 et son évolution depuis 2000*, BPI, Paris, 9p.
- BPI France, JP Morgan, Terra Nova, 2020, *Entreprendre dans les quartier. Libérer tous les potentiels*, BPI France le Lab, Paris, 76p.
- BPI, Nantes Métropole, 2021, *Appel à projets Osez Entreprendre 2021/2023*, Nantes Métropole, Nantes, 11p.
- Brown Wendy, 2004, « Néo-libéralisme et fin de la démocratie », *Vacarme* n°29, p.86-93.
- Bruni Attila, Gherardi Silvia, Poggio Barbara, 2004, « Doing Gender, Doing Entrepreneurship : An Ethnographic Account of Intertwined Practices », *Gender, Word and Organisation* vol.11, p.406-429.
- Cabannes Pierre-Yves, Fougère Denis, 2013, « Les dispositifs publics d'aide à la création

- d'entreprise en France », in Cabanes Pierre-Yves, Fougère Denis, *Aider à la création*, Presses de Science Po, Paris, p.29-48.
- Calas Marta, Smircich Linda, Bourne Kristina, 2009, « Extending the boundaries : reframing « entrepreneurship as social change » through feminist perspectives », *Academy of Management Review* vol.34, p.552-569.
- CGET 2017, *Agence France Entrepreneur : mieux accompagner les créateurs d'entreprises dans les territoires fragiles*, CGET, Paris, 4p.
- CGET, 2017, *Atlas des quartiers prioritaires de la politique de la ville, Outil d'analyse et de comparaison des quartiers prioritaires et de leur environnement*, CGET, Paris, 362p.
- CGET, Algoé, 2017, *Etude sur l'innovation dans les quartiers de la politique de la ville*, CGET, Paris, 136p.
- CGET, CDC, 2016, *L'accompagnement à la création d'activité dans les quartiers de la politique de la ville et les territoires ruraux fragiles, Esquisse d'un état des lieux*, CGET, CDC, Paris, 80p.
- CGET, CNCRESS, 2018, *Les entreprises de l'économie sociale et solidaire dans les quartiers « politique de la ville ». Étude statistique exploratoire*, CNCRESS, Montreuil, 39p.
- CGET, ONPV, 2019, *Emploi et développement économique dans les quartiers prioritaires*, CGET, Paris, tomes 1 et 2, 228p et 126p.
- CGET, ONPV, 2018, *Mobilité résidentielle des habitants des quartiers prioritaires, rapport 2017*, CGET, Paris, 270p.
- CGET, ONPV, 2017, *Observatoire National de la Politique de la Ville, rapport 2016*, CGET, Paris, 152p.
- CGET, RTES, 2016, *Politique de la ville et ESS, initiatives, analyses et éclairages*, RTES, Lille, 112p.
- Chabaud Didier, Dacher Nicolas, 2019, « Accompagnement entrepreneurial : pistes et réflexions tirées d'une revue systématique de la littérature francophone », 11ème Congrès AEI, Montpellier, 51p.
- Chabaud Didier, Messeghem Karim, Sammut Sylvie, 2010, « Vers de nouvelles formes d'accompagnement ? », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.9, p.1-5.
- Chabaud Didier, Sammut Sylvie, Degeorge Jean-Michel, 2020, « Un appel à explorer les

- faces cachées de l'entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.19, p.7-11.
- Charaudeau Patrick, Maingueneau Dominique, 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Seuil, Paris, 661p.
- Charles-Pauvers Brigitte, Schieb-Bienfait Nathalie, Urbain Caroline, 2004, « La compétence du créateur d'entreprise innovante : quelles interrogations ? », *Revue internationale PME*, p.67-99.
- Charmes Eric, Bacqué Marie-Hélène (dir.), 2016, *Mixité sociale, et après ?*, PUF, Paris, 106p.
- Chauvin Pierre-Marie, Grossetti Michel, Zalio Pierre-Paul (dir), 2014, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Les Presses de Sciences Po, Paris, 640p.
- Cho Sumi, Crenshaw Kimberlé, Mc Call Leslie, 2003, « Toward a Field of Intersectionality Studies : Theory, Applications, and Praxis », *Signs*, p.785-810.
- Clément Loréna, 2017, *Le développement économique des quartiers prioritaires : une politique d'empowerment de ses habitants ? Des discours institutionnels en question*, Université Paris 1, Paris, 164p.
- CNV, 2019, *Economie informelle et quartiers prioritaires : « valoriser les savoir-faire économiques et soutenir les initiatives des habitants : un nouveau défi »*, CNV, Paris, 50p.
- CNV, 2013, *Avis du Conseil National des villes sur le développement économique et l'emploi dans les quartiers de la politique de la ville*, CNV, Paris, 37p.
- Cochenko, 2015, *Cuisines de rue un projet pilote à Saint-Denis*, Cochenko, Saint-Denis, 34p.
- Collectif Rosa Bonheur, 2019, *La ville vue d'en bas. Travail et production de l'espace populaire*, Amsterdam, Paris, 227p.
- Collectif Rosa Bonheur, 2016, « Centralité populaire : un concept pour comprendre pratiques et territorialités des classes populaires d'une ville périphérique », *SociologieS*, 21p.
- Cordobes Stéphane, Desjardins Wavier, Vanier Martin (dir.), 2020, *Repenser l'aménagement du territoire*, Berger Levrault, Boulogne-Billancourt, 314p.
- Cornwall Andrea, Anyldoho Nana Akua, 2010, « Introduction : Women's Empowerment : Contentions and contestations », *Development*, p.144-149
- Coste Jacques-Henri, 2013, « Introduction », in Coste Jacques-Henri (éd.), *Les sociétés entrepreneuriales et les mondes anglophones*, Presses Sorbonne Nouvelle, Paris, p.11-28

- Cour des comptes, 2012, *La politique de la ville, une décennie de réformes*, Cour des comptes, Paris, tome 1, 1033p.
- Cour des Comptes, Chambres régionales et territoriales des comptes, 2020, *L'évaluation de l'attractivité des quartiers prioritaires, une dimension majeure de la politique de la ville*, Cour des compte, Paris, 28p.
- Couteret Paul, 2010, « Peut-on aider les entrepreneurs contraints ? Une étude exploratoire », *Revue de l'Entrepreneuriat*, p.6-33.
- D'Andria Aude, Gabarret Ines, 2016, « Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine », *Revue de l'Entrepreneuriat*, p.87-107.
- Daniel Valérie, 2011, « L'épreuve de la discrimination : postures individuelles et positions sociales », *Presses de Sciences Po*, p.79-89.
- Dardot Pierre, Laval Claude, 2009, *La nouvelle raison du monde, Essai sur la société néolibérale*, La Découverte, Paris, 498p.
- Darbus Fanny, 2008, « L'accompagnement à la création d'entreprise », *Actes de la recherche en sciences sociales* n°175, p.18-33.
- Delmar Frédéric, Shane Scott, 2004, « Legitimizing First: Organizing Activities and the Survival of New Ventures », *Journal of Business Venturing* vol.19, p.385-410.
- Delphy Christine, 1998, *L'ennemi principal. Économie politique du patriarcat*, Syllepses, Paris, 293p.
- Demoustier Danièle, 2001, *L'économie sociale et solidaire, s'associer pour entreprendre autrement*, Syros, Paris, 206p.
- Deprost Pierre, Laffon Philippe, Imbaud Dorothee, 2013, *L'évaluation du régime de l'auto-entrepreneur*, Inspection générale des Finances et inspection générale des Affaires sociales, Paris, 300p.
- De Sardan Jean-Pierre Olivier, 2001, « L'enquête de terrain socio-anthropologique », in Boutier Jean, Fabiani Jean-Louis, De Sardan Jean-Pierre Olivier, *Corpus, Sources et Archives*, Institut de recherche sur le Maghreb contemporain, Tunis, p.63-81.
- Desjardins Xavier, Généau de Lamarlière Isabelle (dir.), 2016, *L'aménagement du territoire en France*, La Documentation française, Paris, 183p.
- Dinh Bernard, 2006, « L'entrepreneuriat ethnique en France », *Hommes et Migrations* n°1264,

p.114-128.

Domens Jérôme, Pignier Justine, 2012, « Au bout de trois ans, 90 % des auto-entrepreneurs dégagent un revenu inférieur au Smic au titre de leur activité non salariée », *Insee Première n°1414*, 4p.

Donzelot Jacques, 2011, « Un Etat qui rend capable », in Paugam Serge, *Repenser la solidarité*, PUF, Paris, p.87-109.

Donzelot Jacques, Mével Catherine, Wyvekens Anne, 2003, *Faire société. La politique de la ville en France et aux États-Unis*, Seuil, Paris, 366p.

Dorlin Elsa (dir.), 2009, *Sexe, race, classe, pour une épistémologie de la domination*, PUF, Paris, 313p.

Doytcheva Milena, 2016, « Usages et mésusages des catégories territoriales : les risques d'un retournement idéologique des causalités », *Les cahiers de la LCD n°1*, p.58-74.

Dubedout Hubert, 1983, *Ensemble, refaire la ville. Rapport au Premier Ministre, Commission nationale pour le développement social des quartiers*, Commission nationale pour le développement social des quartiers, Paris, 108p.

Dubet François, 2010, *Les places et les chances*, Seuil, Paris, 119p.

Duhamel Eveline, 2014, *Les zones franches urbaines*, CESE, Paris, 198p.

Du Parquet Loïc, Petit Pascale, 2019, « Discrimination à l'embauche : retour sur deux décennies de testings en France », *Revue française d'économie*, p.91-132.

Durand Laura, 2018, *Discours, actions et mobilisations autour de l'économie informelle sur le parvis de la gare de Saint-Denis, Reconfigurations socio-économiques et politique de la ville*, Université Paris-Est Créteil Val-de-Marne, Champs-sur-Marne, 227p.

Duvoux Nicolas, 2009, *L'autonomie des assistés. Sociologie des politiques d'insertion*, PUF, Paris, 723p.

Eckert Henri, 2011, « Discrimination et reproduction sociale ou l'emploi qui reste... », *Presses de Sciences Po*, p.107-120.

Eckert Henri, Primon Jean-Luc, 2011, « Enquêter sur le vécu de la discrimination », *Presses de Sciences Po*, p.53-61.

Epareca, 2016, *État des lieux du commerce et du potentiel économique artisanal dans les quartiers du NPNRU*, Epareca, Paris, 20p.

- Epstein Renaud, Kirszbaum Thomas, 2019, « Ces quartiers dont on préfère ne plus parler : les métamorphoses de la politique de la ville (1977-2018) », *Parlements[s], Revue d'histoire politique* n°30, p.23-46.
- Essers Caroline, Benschop Yvonne, 2007, « Enterprising Identities : Female Entrepreneur of Moroccan or Turkish Origin in the Netherlands », *Organization Studies* vol.28, p.49-69.
- Essers Caroline, Benschop Yvonne, Doorewaard Hans, 2010, « Female ethnicity : Understanding Muslim immigrant businesswomen in the Netherlands », *Gender, Work & Organization*, p.320-339.
- Estèbe Philippe, 2004, *L'usage des quartiers. Action publique et géographie dans la politique de la ville (1982-1999)*, L'Harmattan, Paris, 263p.
- Fayolle Alain, 2004, « A la recherche du coeur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine », *Revue internationale PME*, p.101-121.
- Fayolle Alain, 2003, *Le métier de créateur d'entreprise*, Editions d'Organisation, Paris, 233p.
- Fayolle Alain, Nakara Walid, 2010, *Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat*, Cahier de recherche, 15p.
- Ferchaud Flavie, 2018, *Fabriques numériques, action publique et territoire : en quête des livings labs fablabs et hackerspaces*, Thèse de doctorat Université Rennes 2, Rennes, 607p.
- Fleury Antoine, Fol Sylvie, 2019, « Commerce et politiques publiques dans les quartiers populaires. Le cas de Saint-Denis », *Métropole* n°23, 31p.
- Fol Sylvie, 2013, « La politique de la ville, un outil pour lutter contre la ségrégation ? », *L'information géographique* vol.77, p.6-28.
- Fol Sylvie, Gallez Caroline, 2013, « Mobilité, accessibilité et équité : pour un renouvellement de l'analyse des inégalités sociales d'accès à la ville », *Colloque International Futurs urbains : Enjeux interdisciplinaires émergents pour comprendre, projeter et fabriquer la ville de demain*, Champs-sur-Marne, 11p.
- Fort Fatiha, Bories-Azeau Isabelle, Noguera Florence, Peyroux Catherine, 2016, « Accompagnement entrepreneurial : quelle maille territoriale d'intervention ? », *Gestion 2000*, p.161-180.
- Fraser Nancy, 2012, *Le féminisme en mouvements. Des années 1960 à l'ère néolibérale*, La Découverte, Paris, 332p.

- Friedman John, 1992, *Empowerment : the politics of alternative development*, Blackwell, Oxford, 205p.
- Frugier Dominique, 2014, « Faire évoluer la qualité de l'accompagnement à l'échelle d'une région », *Entreprendre et Innover*, p.90-98.
- Gabarret Inès, Vedel Benjamin, 2015, « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », *La Revue des Sciences de Gestion* n°271, p.13-20.
- Gaiha Raghav, Kulkarni Vani, 2013, *Credit, Microfinance and Empowerment*, Expert Group Meeting: Policies and Strategies to Promote Empowerment of People in Achieving Poverty Eradication, Social Integration and Full Employment and Decent Work for All, New York, 20p.
- Galerand Elsa, Kergoat Danièle, 2014, « Consubstantialité vs intersectionnalité ? À propos de l'imbrication des rapports sociaux », *Nouvelles pratiques sociales*, p.44–61.
- Gauthier Olivier, 2020, « Valeur(s), entrepreneuriat et diversité de l'entreprendre », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.19, p.117-132.
- Germain Olivier, 2017, « Théories en entrepreneuriat : pour que les fruits passent la promesse des fleurs », in St-Pierre Josée, Labelle François (ed.), *Les PME : d'hier à demain*, Presses de l'Université du Québec, Québec, p.17-65.
- Gherardi Silvia, 2015, « Authoring the female entrepreneur while talking the discourse of work family life balance », *International Small Business Journal*, p.649-666.
- Giacomin Olivier, Janssen Franck, Guyot Jean-Luc, 2016, « Entrepreneurs de nécessité et d'opportunité : quels comportements durant la phase de création ? », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.15, p.181-204.
- Gibson-Graham Julie Katherine, 2006, *The End of Capitalism (as we knew it) : a feminist critique of political economy*, Minnesota Press, Minneapolis, 348p.
- Glémain Pascal, Bioteau Emmanuel (dir.), 2015, *Entreprises solidaires, l'économie sociale et solidaire en question(s)*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 286p.
- Gobillon Laurent, Magnac Thierry, Selod Harris, 2012, « Do Unemployed Workers Benefit from Enterprise Zones ? The French Experience », *Journal of Public Economics* n°96, p.881-892.
- Gorz André, 1988, *Métamorphoses du travail, Quête du sens*, Galilée, Paris, 302p.

- Gouvernement, 2021, *Comité interministériel à la ville, dossier de presse*, Gouvernement, Paris, 47p.
- Granovetter Mark, 1974, *Getting a Job. A Study of Contacts and Careers*, Harvard University Press, Cambridge, 179p.
- Graceffa Sandrino, 2016, *Refaire le monde... du travail. Une alternative à l'ubérisation de l'économie*, REPAS, Valence, 104p.
- Grégoire-Gauthier Annie, 2020, « Vers une contextualisation de l'entrepreneuriat : typologie de la division du travail familial et du rapport à l'entreprise des femmes immigrantes entrepreneures à Québec », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.19, p.49-72.
- Grossetti Michel, Barthe Jean-François, 2008, « Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie* vol.49, p.585-612.
- Grossetti Michel, Bès Marie-Pierre, 2003, « Dynamiques des réseaux et des cercles. Encastremets et découplages », *Revue d'économie industrielle*, p.43-58.
- Grossetti Michel, Chauvac Nathalie, Barthe Jean-François, 2019, « Que trouve-t-on dans la « start-up nation »? Enquête sur des jeunes entreprises réputées innovantes », *AOC*.
- Guérin Isabelle, Hersent Madeleine, Fraisse Laurent (dir.), 2011, *Femmes, économie et développement. De la résistance à la justice sociale*, Erès, Toulouse, 384p.
- Guérin Isabelle, Palier Jane, 2006, « Microfinance et empowerment des femmes : la révolution silencieuse aura-t-elle lieu ? », *Finance & Bien Commun* n°25, p.76-82.
- Guillaumin Colette, 1972, *L'idéologie raciste. Genèse et langage actuel*, Institut d'études et de recherches interethniques et interculturelles, Nice, 256p.
- Gupta Vishal, Turban Daniel, Wasti Arzu, Sikdar Arijit, 2009, « The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur », *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.397-417.
- Hajjat Abdellali, 2008, « Révolte des quartiers populaires, crise du militantisme et postcolonialisme » in Boubeker Ahmed, Hajjat Abdellali, *Histoire politique des immigrations (post)coloniales. France 1920-2008*, Amsterdam, Paris, p.249-264.
- Hancock Claire, 2009, « La justice au risque de la différence : faire une « juste place » à l'autre », *Annales de géographie* n°665-666, p.61-75.

- Harpagès Didier, 2017, *Mourir au travail ? Plutôt crever !*, Le passager clandestin, Paris, 172p.
- Hersent Madeleine, Rita-Soumbou Pierrette, 2011, « Initiatives de femmes en migration dans l'économie solidaire », in Guérin Isabelle, Hersent Madeleine, Fraisse Laurent, *Femmes, économie et développement*, ERES, Toulouse, p.205-220.
- Hollande François, 2015, *Le président de la République lance l'Agence France Entrepreneur à La Courneuve*, La Courneuve, 5p.
- hooks bell, 2017, *De la marge au centre : théorie féministe*, Cambourakis, Paris, 298p.
- Huens Véronique, 2014, *Economie sociale, entreprise sociale, entrepreneuriat social : enjeux d'une évolution*, Saw-B, Bruxelles, 10p.
- IAU, 2019, « Travail indépendant : une croissance tournée vers les services aux entreprises », *IAU*, Paris, 6p.
- IAU, 2017, *Développement économique et entrepreneuriat : quelles actions intercommunales ? Focus sur des territoires ruraux et en politique de la ville*, IAU, Paris, 197p.
- Île-de-France, 2016, *Stratégie pour la croissance, l'emploi et l'innovation de la région Île-de-France*, Île-de-France, Paris, 173p.
- Initiative France, 2020, *Entreprendre une belle aventure, Rapport d'activité 2019*, Initiative France, Paris, 36p.
- Jacquot Sébastien, Morelle Marie, 2020, « La mécanique de rue n'est pas « sauvage » ! », *Revue Projet* vol. 376, p.30-31.
- Janssen Frank, Schmitt Christophe, 2011, « L'entrepreneur, héros des temps moderne ? Pour une analyse critique de l'entrepreneuriat », in Taskin Laurent, De Nanteuil Matthieu, *Perspectives critiques en management : pour une gestion citoyenne*, De Boeck, Paris, p.163-184.
- Jaouen Annabelle, Loup Stéphanie, Sammut Sylvie, 2006, « Accompagnement par les pairs, confiance partagée et résilience : illustration au travers du cas Voiles d'Oc », *Revue de l'Entrepreneuriat*, p.59-72.
- Jessop Bob, 2000, « Globalization, Entrepreneurial Cities, and the Social Economy » in Hamel Pierre, Lustiger-Thaler Henri, Mayer Margit, *Urban movements in a global*

- environment*, Routledge, New York, p.81-100.
- Karimi Hanane, 2020, « Des musulmanes entrepreneuses en réseau en France. Faire face aux discriminations multiples », *Travail, genre et sociétés* n°44, p.107-123.
- Kirszbaum Thomas, 2016, « La reconnaissance publique des discriminations territoriales: une avancée en trompe l'oeil » in Hancock Claire, Lelévrier Christine, Ripoll Fabrice, Weber Serge, *Discriminations territoriales, Entre interpellation politique et sentiment d'injustice des habitants*, Éditions de l'Oeil d'or.
- Knight Mélanie, 2016, « Race-ing, Classing and Gendering Racialized Women's Participation in Entrepreneurship », *Gender, Work & Organization* vol.23, p.310-327.
- Krauss Gerhard, Tremblay Diane-Gabrielle (dir.), 2019, *Tiers-lieux. Travailler et entreprendre sur les territoires : espaces de coworking, fablabs, hacklabs...*, Pressus universitaires de Rennes, Presses de l'université du Québec, Rennes, 212p.
- Lahire Bernard (dir.), 2004, *A quoi sert la sociologie ?*, La Découverte, Paris, 193p.
- Lallement Michel, 2015, *L'âge du faire, Hacking, travail, anarchie*, Seuil, Paris, 441p.
- La Miel, 2019, *Rapport d'activité 2018*, La Miel, Saint-Denis, 25p.
- Landour Julie, 2019, *Sociologie des Mompreneurs. Entreprendre pour concilier travail et famille ?*, Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 184p.
- Laviolette Eric Michaël, Loue Christophe, 2006, *Les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel*, Advancia, Paris, 15p.
- Lebègue Typhaine, 2015, « L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneuses, quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises », *Revue de l'Entrepreneuriat* vol.14, p.109-130.
- Léger-Jarniou Catherine, Nelson Teresa, Chasserio Stéphanie, 2015, « Perspectives francophones sur les femmes entrepreneuses : au-delà des approches comparatives, vers une approche compréhensive », *Revue de l'entrepreneuriat* vol.14, p.19-30.
- Le Labo de l'ESS, 2017, *Transformer l'emploi, redonner du sens au travail*, le Labo de l'ESS, Paris, p.62.
- Lelévrier Christine, 2013, « Au nom de la « mixité sociale ». Les effets paradoxaux des politiques de rénovation urbaine », *Savoir/Agir* n°24, p.11-17.
- Lelévrier Christine, 2010, « La mixité dans la rénovation urbaine : dispersion ou

- reconcentration », *Espaces et sociétés* n°140-141, p.59-74.
- Leung Maggi, 2001, « Get IT going: new ethnic Chinese business. The case of Taiwanese-owned computer firms in Hamburg », *Journal of Ethnic and Migration Studies*, p.277-294.
- Levratto Nadine, Servenin Evelyne, 2012, « L'auto-entrepreneur, instrument de compétitivité ou adoucissant de la rigueur ? Bilan de trois années de fonctionnement du régime », *Revue de la régulation* vol.12, 22p.
- Levy-Tadjine Thierry, 2004, *L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France*, thèse en sciences de gestion et management à l'Université du Sud Toulon Var, Toulon, 428p.
- Lièvre Guillaume, 2017, *Les micro-entrepreneurs fin 2016*, Acosstats, Paris, 4p.
- Linhart Danièle, 2015, *La comédie humaine du travail. De la déshumanisation taylorienne à la sur-humanisation managériale*, Erès, Toulouse, 158p.
- Lorrain Jean, Belley André, Dussault Louis, 1998, *Les compétences des entrepreneurs : élaboration et validation d'un questionnaire (QCE)*, 4ème Congrès International Francophone sur la PME, Nancy, 16p.
- Lounsbury Michael, Glynn Mary Ann, 2011, « Cultural entrepreneurship : stories, legitimacy, and the acquisition of ressources », *Strategic management journal*, p.545-564.
- Macron Emmanuel, 2020, *Déclaration du Président de la République sur l'égalité des chances*, Clermont-Ferrand, 5p.
- Macron Emmanuel, 2018, *Discours du Président de la République La France, une chance pour chacun*, Paris, 22p.
- Macron Emmanuel, 2017, *Discours du Président de la République au salon VivaTech 2017*, Paris, 7p.
- Macron Emmanuel, 2017, *Discours du Président de la République sur le thème politique de la ville*, Tourcoing, 5p.
- Madoui Mohamed, 2007, « Enquête sur les petits entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine », *Cahiers internationaux de sociologie* n°123, p.289-312.
- Madoui Mohamed, 2003, « Les entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine : trajectoires socioprofessionnelles et potentiel entrepreneurial », *Cahiers du CREAD* n°65, p.53-80.
- Marchesnay Michel, 2009, *La rhétorique entrepreneuriale en France : entre sémantique,*

- histoire et idéologie*, les éditions de l'ADREG, 114p.
- Margier Antonin, Sepulveda Bastien, 2019, « Villes plurielles : géographie(s) urbaine(s) de la différence », *L'information géographique* vol.83, p.10-18.
- Marlow Susan, 1997, « Selfemployed Women : New Opportunities, Old Challenges ? », *Entrepreneurship and Regional Development : An International Journal*, p.199-210.
- Marlow Susan, Martinez Dy, 2018, « Annual review article : Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research ? » *International Small Business Journal*, p.3-22.
- Masclet Olivier, 2003, *La gauche et les cités, enquête sur un rendez-vous manqué*, La dispute, Paris, 316p.
- Ma Mung Emmanuelle, 1996, « Entreprise économique et appartenance ethnique », *Revue Européenne des migrations Internationales* vol.12, p.211-233.
- Miles Matthew, Huberman Michael, 2003, *Analyse des données qualitatives*, De Boeck Supérieur, Paris, 626p.
- Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, CDC, 2014, « *Agir pour l'emploi et la création d'activités entre l'État et la Caisse des Dépôts (2014-2017)* », Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, ministère du Travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, Paris, 14p.
- Ministère de l'économie et des finances, ministère délégué chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, ministère de l'égalité des territoires et du logement, ministère délégué chargé de la ville, 2013, *Convention d'objectifs pour les quartiers prioritaires 2013/2015*, ministère délégué chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, ministère délégué chargé de la ville Trappes-en-Yvelines, 6p.
- Ministère de l'égalité des territoires et du logement, 2014, *Loi n°2014-173 du 21 février 2014 de programmation pour la ville et la cohésion urbaine*, Ministère de l'égalité des territoires et du logement, Paris, 27p.
- Ministère des droits des femmes, de la ville, de la jeunesse et des sports, CDC, 2014, *Convention d'objectifs pour les quartiers prioritaires entre l'État et la Caisse des Dépôts 2014-2020*, Ministère des Droits des femmes, de la ville, de la jeunesse et des sports, Paris, 16p.
- Ministère du travail, 2019, *Rapport d'évaluation sur l'expérimentation des emplois francs*,

- Ministère du travail, Paris, 84p.
- Ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, ministère de la Ville, de la jeunesse et des sports, 2015, *Circulaire interministérielle n°CAB2015/94 du 25 mars 2015 relative à la mise en œuvre des mesures en faveur des quartiers prioritaires de la politique de la ville dans le champ du développement de l'activité économique et de l'emploi*, Ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, ministère de la Ville, de la jeunesse et des sports, Paris, 23p.
- Nadesan Majia, Trethewey Angela, 2000, « Performing the enterprising subject: Gendered strategies for success (?) », *Text and Performance Quarterly*, p.223-250.
- Nantes Métropole, 2015, *Contrat de ville de l'agglomération nantaise, 2015-2020*, Nantes Métropole, Nantes, 141p.
- Narayan Deepa, 2004, *Measuring Empowerment, cross-disciplinary perspectives*, Banque Mondiale, Washington, 500p.
- Ndiaye Abou, Mamou Khedidja, Deboulet Agnès, 2019, « La mécanique de rue : vertus cachées d'une économie populaire dénigrée », *Métropolitiques*, 7p.
- Ninacs William, 2008, *Empowerment et intervention*, Presses de l'Université de Laval, Québec, 140p.
- Notais Amélie, Tixier Julie, 2019, « Re-faire le genre au travers de l'entrepreneuriat : les femmes des quartiers comme actrices d'une construction nouvelle du genre », *11ème Congrès de l'AEI*, Montpellier, 12p.
- Notais Amélie, Tixier Julie, 2018, « Entrepreneuriat et innovation au cœur d'un territoire : le cas des femmes entrepreneures sociales des quartiers », *Innovations* n°57, p.11-37
- Notais Amélie, Tixier Julie, 2014, « MA-6-T-VA PAS CRACK-ER, L'intention d'entrepreneuriat social de 6 femmes dans les quartiers », *@GRH*, p.115-140.
- Ogbor John, 2000, « Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse : ideology-critique of entrepreneurial studies », *Journal of Management Studies*, p.605-635.
- ONPV, 2021, *Fiches chiffres clés Emploi*, ONPV, Paris, 23p.
- ONPV, 2016, *Rapport national 2015*, ONPV, Paris, 292p.
- Opinion Way, Adiva, 2010, *Etude nationale sur les entrepreneurs dans les quartiers sensibles*,

- Opinion Way, Paris, 58p.
- Ozouf-Marignier Marie-Vic, 2020, « Permanences, récurrences, apories », *in* Cordobes Stéphane, Desjardins Wavier, Vanier Martin (dir.), *Repenser l'aménagement du territoire*, Berger Levrault, Boulogne-Billancourt, p.33-45.
- Pailot Philippe, Poroli Corinne, Lee-Gosselin Hélène, Chasserio Stephanie, 2015, « Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures », *Revue de l'entrepreneuriat vol.14*, p.31-57.
- Perren Lew, Jennings Peter, 2005, « Government Discourses on Entrepreneurship : Issues of Legitimization, Subjugation, and Power », *Entrepreneurship theory and practice*, p.173-184.
- Pécoud Antoine, 2012, « Immigration, entrepreneuriat et ethnicité », *Métropoles*, 25p.
- Pines Ayala Malach, Lerner Miri, Schwartz Dafna, 2010, « Gender differences in entrepreneurship. Equality, diversity and inclusion in times of global crisi », *Equality, Diversity and Inclusion : An International Journal vol.29*, p.186-198.
- Pinson Gilles, Sala Pala Valérie, 2007, « Peut-on vraiment se passer de l'entretien en sociologie de l'action publique ? », *Revue française de science politique vol.57*, p.555-597.
- Plaine Commune, 2015, *Le Contrat de ville de Plaine Commune*, Plaine Commune, Saint-Denis, 180p.
- Pochic Sophie, 2018, « Féminisme de marché et égalité élitiste ? », *in* Maruani Margaret (dir.), *Je travaille donc je suis. Perspectives féministes*, La Découverte, Paris, p.42-52.
- Portes Alejandro, Haller William, Guarnizo Luis Eduardo, 2002, « Transnational Entrepreneurs : An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation », *American Sociological Review vol.67*, p.278- 298.
- Radu Miruna, Redien-Collot Renaud, 2008, « The Social Representation of Entrepreneurs in the French Press. Desirable and Feasible Models ? », *International Small Business Journal vol.26*, p..259-298.
- Raoult Eric, 2011, *ZFU, Développement économique et emploi dans les quartiers*, Ministère de la Ville, Paris, 56p.
- Renahy Nicolas, 2010, « Classes populaires et capital d'autochtonie. Genèse et usages d'une notion », *Regards Sociologiques n°40*, p.9-26.

- Retière Jean-Noël, 2003, « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, p.121-143.
- Richomme-Huet Katia, Vial Virginie, 2017, « Le mouvement des MAMpreneurs en France : phénomène féministe libéral ou radical ? », *Revue de l'entrepreneuriat* vol.16, p.123-149.
- Rindova Violina, Barry Daved, Ketchen David, 2009, « Entrepreneurship as emancipation », *Academy of Management Review* vol.34, p.477-491.
- Roca i Escoda Marta, Fassa Farinaz, Lépinard Eléonore (dir.), 2016, *L'intersectionnalité : enjeux théoriques et politiques*, La Dispute, Paris, 282p.
- RTES, 2019, *Politiques de la ville et ESS*, RTES, CGET, Lille, 65p.
- Ruty Erwan, 2019, « Les banlieues, laboratoires politiques de la France », *Esprit*, p.103-111.
- Da Costa Alessandra de Sa Mello, Silva Saraiva Luiz Alex, 2012, « Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital », *Organization*, p.587-614.
- Santaki Rachid, 2014, *Business dans la cité*, Seuil, Paris, 76p.
- Santoni Juliane, 2018, « Quels processus pour répondre aux besoins spécifiques des entrepreneures ? », *Entreprendre et Innover* n°36, p.29-40.
- Schmitt Christophe, 2017, « Point de vue : quel paradigme pour la recherche en entrepreneuriat ? Du paradigme de la décision au paradigme de l'agir entrepreneurial », *Gestion 2000* vol.34, p.249-256.
- Schmitt Christophe, Ndjambou Ruphin 2016, « Pour une lecture critique de l'accompagnement entrepreneurial », in Philippart Pascal (dir.), *Ecosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement*, EMS, Caen, p.211-232.
- Schumpeter Joseph, 1935, *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Dalloz, Paris, 371p.
- Schwartz Olivier, 2011, *Peut-on parler des classes populaires ?*, Laviedesidees.fr, 49p.
- Séchet Raymonde, Veschambre Vincent (dir.), 2006, *Penser et faire la géographie sociale : Contribution à une épistémologie de la géographie sociale*, Presses universitaires de Rennes, Rennes, 401p.
- Seine-Saint-Denis, 2018, *Appel à projets 2018 Accompagnement vers l'entrepreneuriat*, Seine-Saint-Denis, Bobigny, 28p.

- Sen Amartya, 2000, *Un nouveau modèle économique, développement, justice, liberté*, O.Jacob, Paris, 356p.
- Siblot Yasmine, Cartier Marie, Coutant Isabelle, Masclet Olivier, Renahy Nicolas, 2015, *Sociologie des classes populaires contemporaines*, Armand Colin, Paris, 363p.
- Simonet Maud, 2018, *Travail gratuit : la nouvelle exploitation ?*, Textuel, Paris, 152p.
- Talpin Julien, O'Miel Julien, Frégosi Franck (dir.), 2017, *L'islam et la cité, Engagements musulmans dans les quartiers populaires*, Presses Universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 280p.
- Tarrius Alain, 2012, « Quand les *territoires circulatoires* des transmigrants traversent des quartiers enclavés de villes moyennes françaises », *Revue européenne des migrations internationales* vol.30, p.169-192.
- Tarrius Alain, Missaoui Lamia, Qacha Fatima, 2013, *Transmigrants et nouveaux étrangers : hospitalités croisées entre jeunes des quartiers enclavés et nouveaux migrants internationaux*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, 200p.
- Tedmanson Deirdre, Verduyn Karen, Essers Caroline, Gartner William, 2012, « Critical perspectives in entrepreneurship research », *Organization*, p.531-541.
- Terra Nova, BPI France, 2016, *Entreprendre dans les quartiers, les conditions de la réussite*, BPI, Paris, 58p.
- Tissot Sylvie, 2010, « De l'usage de la notion de capital d'autochtonie dans l'étude des catégories supérieures », *Regards sociologiques* n°40, p.99-109.
- Tissot Sylvie, 2007, *L'Etat et les quartiers. Genèse d'une catégorie de l'action publique*, Seuil, Paris, 304p.
- Tissot Sylvie, Poupeau Frank, 2005, « La spatialisation des problèmes sociaux », *Actes de la recherches en sciences sociales* n°159, p.4-9.
- Tremblay Maripier, Brière Sophie, Poroli Corinne, 2020, *Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneurs*, Presses de l'Université Laval, Québec, 113p.
- Trindade-Chadeau Angélica, 2019, *L'incitation à l'entrepreneuriat des jeunes dans des quartiers de la politique de la ville (QPV) : étude exploratoire*, INJEP, Paris, 71p.
- Truong Fabien, 2015, *À l'école de la banlieue : la démocratisation des études supérieures et la marginalisation urbaine à l'épreuve des trajectoires individuelles*, thèse de doctorat en

- sociologie, EHESS, Paris, 490p.
- Van de Walle Isabelle, Aldeghi Isa, 2016, *L'entrepreneuriat des femmes dans les quartiers populaires : un objectif difficile à atteindre*, Crédoc n°281, Paris, 4p.
- Van de Walle Isabelle, Aldeghi Isa, 2015, *L'entrepreneuriat féminin dans les quartiers populaires*, Crédoc, Paris, 42p.
- Verduijn Karen, Dey Pascal, Tedmanson Deirdre, Essers Caroline, 2014, « Emancipation and/or oppression ? Conceptualizing dimensions of criticality in entrepreneurship studies », *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* vol.20, p.98-107.
- Verduijn Karen, Essers Caroline, 2013, « Questioning dominant entrepreneurship assumptions: the case of female ethnic minority entrepreneurs », *Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal*, p.612-630.
- Verstraete Thierry, Fayolle Alain, 2005, « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat* vol.4, p.33-52.
- Verzat Caroline, Gaujard Chrystelle, 2009, « Expert, conseiller, mentor, confident ou tout à la fois ? », *L'expansion entrepreneuriat*, p.6-12.
- Waldinger Roger, Aldrich Howard, Ward Robin, 1990, *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Sage, Thousand Oaks, 232p.
- Weber Max, 1971, *Economie et société*, Plon, Paris, 650p.
- Wong Kwok-Fu, 2003, « Empowerment as a Panacea for Poverty. Old Wine in new Bottles? Reflections on the World's Bank's Conception of Power », *Progress in Development Studies* vol.3, p.307-322.

# Annexes

## Annexe 1 : Calendrier des observations de terrain formelles

Les événements organisés par la Miel apparaissent en **rouge**. Les événements organisés par les acteurs du territoire de la Miel apparaissent en **orange**. Les événements organisés par Osez Entreprendre apparaissent en **violet**. Les événements organisés par les acteurs du territoire d'Osez Entreprendre apparaissent en **noir**. Les événements nationaux apparaissent en **vert**.

Thème	Nature	Date	Lieu	Acteurs organisateurs	Public
Visite du Medialab 93	Information	/04/18	Les Grands Magasins à Pantin (93)	Profession Banlieue <sup>318</sup> , BETC, Medialab	Les professionnels de l'entrepreneuriat et les entrepreneurs.
Inauguration des locaux de la Miel à la coopérative Pointcarré	Mise en réseau	11/04/18	Coopérative Pointcarré à Saint-Denis	La Miel, Pointcarré, les élus locaux	Les partenaires institutionnels et les entrepreneurs.
Comité de pilotage d'Osez Entreprendre	Information et décision	22/05/18	Nantes Métropole à Nantes	Nantes Métropole, acteurs locaux d'Osez Entreprendre	Les financeurs (administration et banques), les acteurs territoriaux des autres échelons.
« Les étapes de la création » (information collective)	Information	31/05/18	La Miel à Saint-Denis	Conseillers de la Miel	Les entrepreneurs.
« Le développement économique dans les QPV » (séminaire)	Information et mise en réseau	De juin 2018 à février 2019	Profession Banlieue à Saint-Denis	Profession Banlieue	Les professionnels de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville.
« Comment trouver des clients sur Facebook » (rendez-vous de l'expert)	Formation et mise en réseau	14/06/18	L'espace de coworking de la SNCF à Saint-Denis	La Miel et la SNCF	Les entrepreneurs.
« Le prévisionnel financier des entreprises engagées » (formation collective)	Formation	21/06/18	La Miel à Saint-Denis	Pointcarré et la Miel	Les entrepreneurs.
« Entrepreneurs de banlieue » (masterclass)	Formation et mise en réseau	15/09/18	Morning Coworking à Clichy (92)	Startup Banlieue	Les entrepreneurs.
« Politique de la	Information	18/09/18	Archives	CGET et RTES <sup>319</sup>	Les professionnels

318 Profession Banlieue est le centre de ressources dédié à la politique de la ville en Seine-Saint-Denis.

ville et ESS » (séminaire)	et mise en réseau		nationales à Pierrefitte-sur-Seine (93)		de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville.
Le pitch (formation collective)	Formation	20/09/18	La Pépinière à la Courneuve (93)	La Miel	Les entrepreneurs.
La stratégie digitale (rendez-vous de l'expert)	Formation et mise en réseau	27/09/18	Plaine Coworking à Aubervilliers (93)	La Miel	Les entrepreneurs.
« ESS, utilité sociale, RSE... se repérer » (formation collective)	Information	02/10/18	La coopérative Pointcarré à Saint-Denis	Pointcarré, la Miel, Épicéas	Les entrepreneurs.
Les ressources humaines (déjeuner de managers)	Formation et mise en réseau	15/10/18	La Pépinière à la Courneuve (93)	La Miel	Les entrepreneurs.
Les rencontres Plaine Commune Promotion	Mise en réseau	09/11/18	Les Docks Haussmann à Saint-Ouen (93)	Plaine Commune Promotion et la Miel	Les élus locaux, les entreprises, les entrepreneurs.
Information collective sur Osez Entreprendre	Information	12/11/18	La maison de l'emploi de Bellevue à Nantes	L'Ouvre-boîte 44	Les entrepreneurs.
La journée « Créa au féminin »	Formation et mise en réseau	13/11/18	La maison de l'emploi à Bottière à Nantes	Les acteurs d'Osez Entreprendre	Les entrepreneuses.
Une soirée « femmes entrepreneuses »	Mise en réseau	29/11/18	Le musée d'art et d'histoire à Saint-Denis	La Miel	Les entrepreneuses.
Les statuts juridiques (formation collective)	Formation	04/12/18	La Miel à Saint-Denis	La Miel	Les entrepreneurs.
Le forum « Réussir en Seine-Saint-Denis »	Information et mise en réseau	06/12/18	La Chambre de commerce et d'industrie de Bobigny	Les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat de ce territoire	Les entrepreneurs et les élus locaux.
L'anniversaire des 20 ans de la Miel	Mise en réseau	06/02/19	Les Archives nationales à Pierrefitte-sur-Seine	La Miel	Les entrepreneurs, les élus locaux, les professionnels de l'entrepreneuriat du territoire.
La stratégie digitale (rendez-vous de l'expert)	Formation et mise en réseau	21/02/19	La coopérative Pointcarré Saint-Denis	La Miel	Les entrepreneurs.
La communication (formation collective)	Formation	01/03/19	La Pépinière à la Courneuve (93)	La Miel	Les entrepreneurs.
Une sensibilisation à Osez Entreprendre	Information	05/03/19	Le marché du Château à Rezé (44)	BGE et Adie	Les entrepreneurs.
Une permanence Osez Entreprendre	Information	06/03/19	La maison de l'emploi de	L'Ouvre-boîte 44	Les entrepreneurs.

319 Se référer au glossaire situé en annexe 4.

			Bellevue à Nantes		
Une réunion d'organisation de l'événement Citécap	Information et décision	07/03/19	La Maison de la création à Nantes	Les acteurs d'Osez Entreprendre et Résovilles <sup>320</sup>	Aucun (réunion interne).
Une sensibilisation à Osez Entreprendre	Information	08/03/19	Le marché de Bellevue à Nantes	L'Ouvre-boîte 44 et la BGE	Les entrepreneurs.
Le webmarketing (formation collective)	Formation	29/03/19	La Miel à Saint-Denis	La Miel	Les entrepreneurs.
Pop-up store	Mise en réseau	19/05/19	Les Canaux à Paris (75)	La Miel, les Canaux, des acteurs de la création d'activité en ESS	Les entrepreneurs et des acheteurs.
« Vis ma vie » (atelier de sensibilisation à la création d'activité)	Formation	20/05/19	La maison de l'emploi de Nantes Nord à Nantes	Les acteurs d'Osez Entreprendre	Les professionnels de l'emploi et de l'insertion sociale dans les QPV.
Citécap	Information et mise en réseau	24/06/19	Le Pôle Associatif à Nantes	Résovilles	Les professionnels de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville, les acteurs politiques, les collectivités territoriales, les entrepreneurs.
Une Assemblée générale	Information et décision	26/06/19	La mairie à Villetaneuse (93)	La Miel	Les membres du conseil d'administration, les entrepreneurs, les élus locaux, les partenaires institutionnels.
« Développement économique et contrat de ville » (webinaire)	Information	01/07/19	Plateforme numérique	CGET	Les professionnels de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville.
Tournée « Entrepreneuriat pour tous »	Information, formation et mise en réseau	09/07/19	Le Dock 5 à Pantin (93)	La BPI	Les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville, les acteurs politiques, les entreprises, les entrepreneurs.
Une soirée « femmes entrepreneures »	Mise en réseau	11/07/19	Le musée d'art et d'histoire à Saint-Denis	La Miel	Les entrepreneuses.
« Politique de la ville et ESS » (séminaire)	Information et mise en réseau	10/09/19	Au CGET à Paris (75)	CGET et RTES	Les professionnels de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville.

320 Résovilles est le centre de ressources dédié à la politique de la ville en Bretagne-Pays de la Loire. Les centres de ressources pour la politique de la ville sont des structures visant à soutenir les politiques locales en apportant à leurs acteurs expertises et formations.

« Inno Generation »	Information, formation et mise en réseau	10/10/19	AccorHotels Arena à Paris (75)	La BPI	Les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat, les acteurs politiques, les entreprises, les entrepreneurs.
« État de la connaissance de l'entrepreneuriat en QPV » (réunion de travail)	Information et mise en réseau	21/10/19	La BPI à Maisons-Alfort (94)	La BPI	Les professionnels de l'entrepreneuriat et de la politique de la ville, des universitaires.
La double journée « Créa au féminin »	Formation et mise en réseau	14/11/19 et 15/11/19	La maison de l'emploi à Dervallières à Nantes	Les acteurs d'Osez Entreprendre	Les entrepreneuses.
« Entrepreneuriat et mobilité sociale » (séminaire)	Information et mise en réseau	25/11/19	Ministère de l'économie et des finances à Paris (75)	BNP Paribas, Citizen, 100 000 entrepreneurs.	Les professionnels de la sensibilisation à l'entrepreneuriat, les lycéens, les entrepreneurs.
Foire des savoir-faire solidaires	Mise en réseau	13/12/19	Parvis de la Basilique à Saint-Denis	Plaine Commune et les acteurs territoriaux de l'ESS	Les entrepreneurs, les visiteurs consommateurs.
Les rencontres Plaine Commune Promotion	Information et mise en réseau	17/12/19	L'Usine à Saint-Denis	Plaine Commune Promotion et la Miel	Les élus locaux, les entreprises, les entrepreneurs.
Comité de pilotage d'Osez Entreprendre	Information et décision	30//01/20	Nantes Métropole à Nantes	Nantes Métropole, acteurs locaux d'Osez Entreprendre	Les financeurs (administration et banques), les acteurs territoriaux des autres échelons.
Évaluation d'Osez Entreprendre comme Fabrique à Entreprendre	Information	26/03/20	Nantes Métropole à Nantes	BPI et Nantes Métropole	Les acteurs du dispositif.

Réalisation : Loréna Clément, 2020.

## Annexe 2 : Calendrier des entretiens formels

Type d'acteur	Institution	Fonction	Date	Durée	Lieu
Administration centrale	CGET	Cheffe de bureau du développement économique et de l'emploi	18/06/19	72 minutes	CGET à Paris.
Agence nationale	Avisé	Chargée mission sur l'ESS et l'émergence	28/02/18	88 minutes	Avisé à Paris.
	BPI	Chargée de mission sur le Lab	15/07/19	62 minutes	BPI à Paris.
	BPI	Responsable du programme Entrepreneuriat pour Tous	30/07/19	57 minutes	BPI à Maisons-Alfort (94).
Association nationale	Agence France Entrepreneuse	Chargé des partenariats régionaux et de l'action territorialisée	04/06/18	98 minutes	Agence France Entrepreneurs à Paris.
Établissement public national	Caisse des dépôts et consignations	Chargée de développement territorial de Loire-Atlantique	24/05/18	62 minutes	Caisse des dépôts et consignations à Nantes.
Réseau national	Copéa	Responsable de formation	17/11/17	55 minutes	Téléphonique.
	Coopérer pour Entreprendre	Chargé d'animation du réseau	07/12/17	45 minutes	Téléphonique.
Collectivité territoriale	Région Île-de-France	Chargée de mission sur l'entrepreneuriat et la transmission	14/03/18	69 minutes	Région Île-de-France à Saint-Ouen.
Etablissement régional	Cress Bretagne	Chargée de mission sur l'entrepreneuriat, l'ESS et l'innovation sociale	20/03/18	50 minutes	Téléphonique.
	Résovilles	Chargé du développement économique	26/07/18	62 minutes	Téléphonique.
Service déconcentré de l'Etat	Préfecture de Loire-Atlantique	Délégué du préfet référent au développement économique et au quartier de Bellevue	13/06/18	98 minutes	Téléphonique.
Groupement de collectivités territoriales	Plaine Commune	Chargé du service des relations entreprises	20/03/18	140 minutes	Plaine Commune à Saint-Denis.
	Plaine Commune	Chef de de projet sur le développement économique des quartiers	26/04/18	70 minutes	Plaine Commune à Saint-Deni.
	Plaine Commune	Chargée de mission sur l'ESS	27/04/18	94 minutes	Plaine Commune à Saint-Denis.
	Plaine Commune	Coordinatrice de la création d'entreprises	29/07/19	115 minutes	Plaine Commune à Saint-Denis.
	Nantes	Chargé de mission sur	17/04/18	58 minutes	Téléphonique.

	Métropole	l'entrepreneuriat et l'immobilier économique			
	Nantes Métropole	Directeur à la cohésion sociale en charge de la politique de la ville	22/05/18	67 minutes	Nantes Métropole à Nantes.
	Nantes Métropole	Chargé de mission sur l'entrepreneuriat et l'immobilier économique	23/05/18	79 minutes	Nantes Métropole à Nantes.
	Nantes Métropole	Chargé de mission sur l'entrepreneuriat et l'immobilier économique	30/01/19	20 minutes	Téléphonique.
	Nantes Métropole	Chargé de mission sur l'entrepreneuriat et l'immobilier économique	07/03/19	75 minutes	Nantes Métropole à Nantes.
	Nantes Métropole	Développeur économique en charge de projets de renouvellement urbain	07/03/19	67 minutes	Nantes Métropole à Nantes.
Réseau intercommunal	Ecosolies	Coordnatrice de la Fabrique à initiatives	15/02/19	62 minutes	Téléphonique.
Structure d'accompagnement au sens large	La Miel	Directrice	08/12/17	90 minutes	La Miel à Saint-Denis.
	Coopérative Pointcarré et la Miel	Directeurs	17/04/18	50 minutes	Coopérative Pointcarré à Saint-Denis.
	La Miel	Conseiller à la création	25/04/18	65 minutes	La Miel à Saint-Denis.
	La Miel	Conseiller au développement	03/05/18	90 minutes	La Miel à Saint-Denis.
	La Miel	Conseiller à la création et à l'ESS	17/05/18	95 minutes	La Miel à Saint-Denis.
	La Miel	Stagiaire en communication	24/07/18	52 minutes	La Miel à Saint-Denis.
	La Miel	Président	11/09/18	63 minutes	Hôtel de Ville de Saint-Denis.
	La Miel	Conseiller à la création	01/10/18	66 minutes	La Miel à Saint-Denis.
	La Miel	Directrice	17/05/19	40 minutes	Téléphonique.
	La Miel	Entrepreneuse	02/10/18	52 minutes	Café à Paris (18ème).
	La Miel	Entrepreneur	19/10/18	53 minutes	Téléphonique.
	La Miel	Porteuse de projet	31/10/18	87 minutes	Téléphonique.
	La Miel	Entrepreneur	02/11/18	55 minutes	Entreprise à Bezons (95).
	La Miel	Entrepreneuse	03/12/18	68 minutes	Café à Paris.
	La Miel	Entrepreneur	19/12/18	21 minutes	Foyer de migrants à Pierrefitte-sur-Seine.
	La Miel	Porteurs de projet	22/12/18	81 minutes	McDonalds à Stains.
La Miel	Porteuse de projet	17/01/19	56 minutes	Téléphonique.	
La Miel	Entrepreneur	08/02/19	170	Café à Saint-Denis.	

			minutes	
La Miel	Entrepreneuse	11/02/19	43 minutes	Téléphonique.
La Miel	Entrepreneuse	21/02/19	64 minutes	Entreprise à Saint-Denis.
La Miel	Porteuse de projet	27/03/19	85 minutes	Coopérative Pointcarré à Saint-Denis.
La Miel	Entrepreneuse	29/04/19	26 minutes	Entreprise à Saint-Denis.
La Miel	Porteur de projet	02/05/19	120 minutes	Coopérative Pointcarré à Saint-Denis.
La Miel	Entrepreneuse	02/05/19	70 minutes	Chez Basile à Saint-Denis.
La Miel	Entrepreneur	23/05/19	13 minutes	Téléphonique.
La Miel	Porteuse de projet	06/06/19	75 minutes	McDonald à Saint-Denis.
La Miel	Entrepreneuse	05/09/19	126 minutes	Café à Paris (18ème).
La Miel	Entrepreneuse	07/10/19	61 minutes	Pépinière à Pantin (93).
La Miel	Entrepreneuse	07/10/19	43 minutes	Café à Saint-Denis.
La Miel	Entrepreneur	11/10/19	16 minutes	Foyer de migrants à Pierrefitte-sur-Seine.
La Miel	Entrepreneuse	28//11/19	80 minutes	Café à Saint-Denis.
Initiative France	Chargée de mission sur le développement des projets	15/12/17	76 minutes	Initiative France à Paris.
Startup Banlieue	Responsable des partenariats et du développement	20/12/17	101 minutes	Centre commercial de la Défense.
Startup Banlieue	Porteuse de projet	02/02/19	82 minutes	Téléphonique.
Startup Banlieue	Entrepreneur	17/02/19	58 minutes	Téléphonique.
Startup Banlieue	Porteur de projet	02/04/19	126 minutes	Station F à Paris (13ème)
Plaine Coworking	Responsable de la structure	22/12/17	61 minutes	Plaine Coworking à Aubervilliers.
Coopérative Pointcarré	Responsable de la structure	08/01/18	53 minutes	Coopérative Pointcarré à Saint-Denis.
Coopaname	Directeur général	08/01/18	101 minutes	Coopaname à Paris (20ème).
Coopaname	Responsable de la structure de Saint-Denis	15/03/18	73 minutes	Coopaname à Paris.
Couveuse Épicéas	Coordinatrice de la couveuse	09/01/18	77 minutes	Couveuse Épicéas à Paris (19ème).
Ouvre-boîte 44	Directrice générale	12/01/18	61 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Directrice générale	06/04/18	58 minutes	Téléphonique.

Ouvre-boîte 44	Conseillère à la création en charge d'Osez Entreprendre	23/08/18	78 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Conseillère à la création en charge d'Osez Entreprendre	19/10/18	64 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Porteuse de projet	21/09/18	36 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Entrepreneuse	24/09/18	54 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Entrepreneuse	08/10/18	76 minutes	Café à Montrouge (92).
Ouvre-boîte 44	Porteuse de projet	19/12/18	42 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Entrepreneuse	17/01/19	64 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Entrepreneuse	24/01/19	49 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Porteuse de projet	04/03/19	21 minutes	L'Autre cuisine à Nantes.
Ouvre-boîte 44	Porteuse de projet	13/03/19	25 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Porteuse de projet	20/03/19	59 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Entrepreneur	27/05/19	84 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Entrepreneuse	23/07/19	20 minutes	Téléphonique.
Ouvre-boîte 44	Porteuse de projet	11/10/19	30 minutes	Téléphonique.
OpenEspace	Responsable de la structure	15/01/18	74 minutes	OpenEspace à Montreuil (93).
Muse D Territoires	Responsable de la structure	17/01/18	95 minutes	Café à Paris (10ème).
Projets 19	Chef de projet Citélab	21/02/18	76 minutes	Projets 19 à Paris (19ème).
Plaine des Saveurs	Fondateur de Plaine des Saveurs	22/02/18	98 minutes	Main d'œuvre à Saint-Ouen.
ME 93	Déléguée générale	26/02/18	41 minutes	Téléphonique.
Phares	Chargée d'animation et de coordination, chargé de l'essaimage de la coopérative éphémère	07/03/18	112 minutes	Phares à l'Île-Saint-Denis.
Citélab	Responsable de la structure de Saint-Denis	11/04/18	55 minutes	Plaine Commune à Saint-Denis.
Adie	Délégué territorial de la Seine-Saint-Denis	16/04/18	70 minutes	Adie à Saint-Denis.
Adie	Délégué territorial de Loire-Atlantique en charge d'Osez Entreprendre	22/05/18	51 minutes	Maison de la création et de la transmission d'entreprises à Nantes.
Pépinière de la Courneuve	Responsable de la structure	16/04/18	71 minutes	Pépinière à la Courneuve.
Fondes	Reponsable à la création d'entreprise en charge d'Osez Entreprendre	23/05/18	58 minutes	Maison de la création et de la transmission d'entreprises à Nantes.
BGE	Conseillère à la création et coordinatrice d'Osez	24/05/18	63 minutes	Maison de la création et de la transmission

	Entreprendre			d'entreprises à Nantes.	
BGE	Conseillère à la création coordinatrice d'Osez Entreprendre	14/01/19	45 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneur	17/09/18	44 minutes	Téléphonique.	
BGE	Porteuse de projet	05/10/18	65 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneur	22/10/18	69 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneuse	27/11/18	67 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneur	13/03/19	57 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneuse	18/03/19	24 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneuse	02/05/19	20 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneur	13/05/19	15 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneuse	30/05/19	12 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneur	13/06/19	40 minutes	Téléphonique.	
BGE	Entrepreneur	30/09/19	34 minutes	Téléphonique.	
RestoPasserelle	Coordinateur du PTCE	31/07/18	68 minutes	Appui à Saint-Denis.	
L'Autre cuisine	Responsable de la structure	12/11/18	40 minutes	Restaurant solidaire à Nantes.	
Maison de l'emploi	Responsable du site en centre-ville de Nantes en charge d'Osez Entreprendre	17/12/18	35 minutes	Téléphonique.	
Coopworking	Gérante de la structure	21/01/19	56 minutes	Téléphonique.	
Apprentis d'Auteuil	Responsable du Lab	25/03/19	40 minutes	Téléphonique.	
L'Envolée	Gérante de la structure	16/07/19	31 minutes	L'Envolée à Saint- Denis.	
Fabrique 621	Porteuses du projet	25/09/18	66 minutes	Café à Paris (16ème).	
Fabrique 621	Entrepreneuse	16/07/19	91 minutes	Café à Paris.	
Association	Régie de quartier	Directeur national	17/12/18	74 minutes	Bureau à Paris.

Réalisation : Loréna Clément, 2022.

## Annexe 3 : Grilles d'entretien

Les grilles présentées ci-dessous constituent un canevas pour la recherche d'informations. Sans présenter de questions rédigées, elles ont permis de ne pas oublier des pans de questionnement. Elles ont été formulées et adaptées selon le contexte de chaque entretien. Elles ont évolué au fil du terrain, surtout quand les acteurs ont été rencontrés à plusieurs reprises.

### Structure générale de la grille pour les entretiens avec les acteurs institutionnels

#### *Sur le fonctionnement de la structure*

##### La structure-support

- la naissance de la structure (date de création, membres fondateurs, contexte, statut juridique) ;
- le fonctionnement actuel (membres de l'équipe, activités, et services proposés) ;
- quel objectif de départ ? Évolution des objectifs ?
- quel type d'accompagnement ?
- quelle organisation spatiale et fonctionnelle (description des lieux) ?
- pourquoi cette implantation territoriale ?
- quelle communication/publicité ? Présence hors les murs ?
- le modèle économique (financements) ?
- quelle gouvernance ?

##### Les entrepreneurs

- les entreprises membres (nombre, taille, chiffre d'affaires, type d'activité) ;
- les entrepreneurs membres (nombre, âge, sexe, durée dans la structure, activité principale, origine territoriale, motivation principale à l'entrepreneuriat, motivation à rejoindre la structure, statut antérieur, chiffre d'affaires) ;
- quels critères d'entrée ? Le public touché correspond-il au public visé ?
- quelles obligations des membres envers la structure ?

##### Les relations avec les autres acteurs

- quelles relations entre les entrepreneurs de la structure ?
- un collectif de la structure ?
- considérez-vous que vous êtes connu par les autres acteurs ?

- quelles relations avec les acteurs de l'accompagnement ?
- quelles relations avec les acteurs de l'hébergement ?
- avec les collectivités locales ?
- avec l'État (AFE puis BPI) ?
- quelles relations avec les entreprises ?
- avec de nouveaux acteurs de l'accompagnement ?
- avec les acteurs de l'ESS ?
- inscription dans un réseau national ?

### *Sur l'entrepreneuriat en général*

#### L'entrepreneuriat en général

- comment définissez-vous un entrepreneur ?
- que veut dire « envie d'entreprendre » ?
- comment considérez-vous le statut de micro-entrepreneur ?
- quel rapport des politiques publiques à l'accompagnement ? Des évolutions ?
- dimension collective à l'entrepreneuriat ?

#### L'entrepreneuriat en QPV

- des différences entre l'entrepreneur des quartiers et d'ailleurs ?
- quel rapport de l'entrepreneur à son quartier ?
- quel accompagnement à l'entrepreneuriat dans les QPV : acteurs, méthodes, histoire ?
- nouveaux acteurs dans les QPV ?
- quelles relations ESS/entrepreneuriat (dans les QPV) ?

#### L'intérêt d'un accompagnement

- quelles ressources/compétences apportées ?
- objectif de développement économique des activités entrepreneuriales ? Autre objectif ? Insertion ?
- des retours d'entrepreneurs par évaluation, questionnaire, entretien ?

### *Pour finir*

- entrepreneurs à recommander pour des entretiens ?
- structures à recommander pour des entretiens ?
- données chiffrées (évolution du chiffre d'affaires, taux de chômeurs, etc) ?

## Structure générale de la grille pour les entretiens avec les entrepreneurs

### *Sur l'activité entrepreneuriale*

#### En résumé

- depuis quand entrepreneur ?
- quel statut juridique ?
- activité principale ?
- quelles motivations ?
- quel statut avant d'être entrepreneur ?
- comment entendu parlé d'entrepreneuriat ?

#### Sur l'activité

- quel type d'activité ? Les raisons ?
- quelle clientèle ?
- des salariés ? Des sous-traitants ?
- quelle implantation géographique de l'entreprise ? Les raisons ?
- où travaillez-vous ? Les raisons ? Fréquentez-vous des tiers-lieux ?
- quel modèle économique ?
- quel chiffre d'affaires ? Évolution ?

### *Sur l'écosystème entrepreneurial*

#### L'accompagnement et les acteurs institutionnels

- quels acteurs avez-vous contactés avant/pour lancer votre activité ?
- avez-vous suivi un accompagnement à la création d'activité ? Avec qui ?
- comment définissez-vous son rôle ? Quel apport ?
- bénéficiez-vous de dispositifs/contrats particuliers ?
- aujourd'hui, quelles relations avec les acteurs publics ? Les acteurs privés ?
- avez-vous entendu parlé des CAE ? De l'ESS ?

#### Sur le collectif

- avez-vous suivi des formations collectives ?
- inscription dans une association/club/cercle d'entrepreneurs ?
- fréquentez-vous des espaces de travail partagés ?

- avez-vous le sentiment d'être connu/reconnu comme entrepreneur par les autres acteurs ?
- sentiment d'appartenance à une communauté (autre qu'entrepreneur) ?

### *Sur le parcours entrepreneurial*

#### La notion d'entrepreneur

- quelles sont les plus grandes facilités rencontrées au cours de votre parcours ?
- quelles sont les plus grandes difficultés rencontrées au cours de votre parcours ?
- comment considérez-vous le statut de micro-entrepreneur ?
- comment définissez-vous un entrepreneur ?
- quels rapports de vos proches à l'entrepreneuriat ? Des entrepreneurs dans la famille ?
- des différences entre l'entrepreneur des quartiers et d'ailleurs ?
- quels rapport des politiques publiques à l'entrepreneuriat ?

#### Bilan

- difficultés ou facilités à créer l'entreprise ?
- qu'est-ce-que vous apporte l'entrepreneuriat ?
- votre entreprise actuelle correspond-elle à ce que vous aviez imaginé au départ ?
- vous considérez-vous aujourd'hui comme un entrepreneur ? Et avant ?
- si vous pouviez recommencer, vous recommenceriez ?
- quels projets pour le futur ?

### *Pour finir*

- profil (âge, origine géographique, diplômes) ;
- entrepreneurs à recommander pour des entretiens ?
- données chiffrées (évolution du chiffre d'affaires, sur l'entreprise) ?

## Annexe 4 : Glossaire des acteurs de l'accompagnement entrepreneurial étendu

Ce court glossaire énumère les principaux acteurs institutionnels qui structurent la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité dans les terrains d'étude pour comprendre leur fonction et leur articulation.

### Les acteurs publics nationaux

Agence France Entrepreneur (AFE) : fusionnée à la BPI depuis le 1er janvier 2019, cette association avait déjà remplacé l'Agence pour la création d'entreprise (APCE) le 13 avril 2016. Elle visait au déploiement d'une stratégie nationale de soutien à l'entrepreneuriat pour favoriser la création d'activités et d'emplois en France. Elle coordonnait les acteurs nationaux et locaux. Elle orientait aussi les entrepreneurs grâce à un site internet dédié. Sensible aux territoires dits fragiles, elle a lancé plusieurs appels à projet destinés à renforcer l'accompagnement entrepreneurial en QPV.

Agence nationale de cohésion des territoires (ANCT) : agence créée le 09 juillet 2019 qui fusionne le CGET, l'Epareca, et l'Agence du numérique. Elle a pour tâche de soutenir les collectivités territoriales dans leurs projets territoriaux.

Agence nationale pour la rénovation urbaine (Anru) : établissement public à caractère industriel et commercial qui met en œuvre des projets de renouvellement urbain dans les QPV. Un premier programme national pour la rénovation urbaine (PNRU) a été lancé en 2003 doté d'un budget de plus de 12 milliards d'euros. Un nouveau programme (NPNRU) est en cours. L'Anru agit sous la tutelle du CGET, devenu l'ANCT.

Avise : association créée en 2002 qui agit en faveur du développement des structures de l'ESS. Elle les informe et les outille. Elle coordonne et anime aussi les territoires. Elle promeut également l'ESS à l'échelle européenne.

Banque publique d'investissement (BPI) : organisme de financement et de développement des entreprises créé en 2012 dont les actions sont détenues par l'État et la CDC. Il accompagne principalement les entreprises à potentiel de croissance à travers des offres de financement et d'investissement variées. Depuis le 1er janvier 2019, il prend aussi en charge les missions de soutien à l'entrepreneuriat anciennement menées par l'AFE et la CDC. Dans ce cadre, il a mis en place le programme « Entrepreneuriat pour tous » qui vise à renforcer l'accès à l'offre, à animer les communautés locales, et à accélérer le développement d'entreprises. Ce programme

s'appuie sur les structures d'accompagnement historiques mais aussi sur des structures d'accompagnement plus récentes.

Caisse des dépôts et consignations (CDC) : groupe public créé en 1813 au service de l'intérêt général et du développement économique national. Institution financière sous la surveillance du Parlement, elle appuie notamment des politiques publiques conduites par l'État et les collectivités territoriales en faveur de l'attractivité territoriale. Depuis 2018, ce champ d'intervention prend le nom de Banque des territoires. La CDC propose une ingénierie financière aux collectivités territoriales dans une logique décentralisatrice. Elle est également le premier investisseur institutionnel dans le capital des entreprises françaises. Depuis le 1er janvier 2019, ses missions en matière d'entrepreneuriat ont été dévolues à la BPI.

Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET) : administration centrale rattachée aux services du Premier ministre qui conseille et appuie le gouvernement dans la conception et la mise en œuvre des politiques de lutte contre les inégalités et le développement territoriaux. Créée en 2014, elle fusionne la Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale (Datar) et l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé). Pour ce qui concerne la thèse, elle met en œuvre la politique de la ville en articulant les échelons territoriaux à l'échelon national. L'Observatoire national de la politique de la ville (ONPV) lui est rattaché. Le CGET assure également la (co)tutelle de l'Anru et de l'Epareca. Depuis le 09 juillet 2019, le CGET est devenu l'ANCT.

Établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (Epareca) : opérateur public créé en 1998 qui accompagne les collectivités territoriales dans l'aménagement de leurs équipements commerciaux et artisanaux de proximité situés en QPV. Sous la tutelle du CGET, il a été intégré à l'ANCT en juillet 2019.

### Les acteurs publics territoriaux

#### *Les structures relevant de l'entrepreneuriat*

Chambre de commerce et d'industrie (CCI) : établissement public sous la tutelle de l'État en charge de représenter les intérêts des entreprises auprès des acteurs concernés. Il accompagne les entreprises et contribue au développement économique territorial. Il se décline en 163 établissements territoriaux.

#### *Les structures relevant de la politique de la ville*

Centres de ressources : association ou groupement d'intérêt public né en 1993 dans le but d'appuyer et de renforcer les politiques locales en proposant des expertises et des formations. Il existe actuellement 19 centres de ressources régionaux. Leurs financements reposent principalement sur l'État et les Conseils régionaux.

Maison de l'emploi : structure du service public de l'emploi créée en 2005. Elle vise à optimiser le service rendu aux demandeurs d'emploi, aux salariés, et aux entreprises ainsi qu'à fédérer les différents acteurs institutionnels concernés. Sous la responsabilité des collectivités territoriales, l'État a arrêté de les financer en 2019.

Réseau des collectivités territoriales pour une économie solidaire (RTES) : réseau qui réunit des collectivités territoriales engagées dans l'ESS. En 2020, il est constitué de plus de 130 collectivités.

### Les acteurs de l'accompagnement étendu d'envergure nationale

#### *Les structures d'accompagnement stricto-sensu*

Ensemble pour agir et Entreprendre (BGE) : association d'aide à la création d'entreprises créée en 1979. Elle accompagne tout entrepreneur depuis l'émergence de son idée jusqu'au développement de son projet. Elle possède plus de 450 antennes locales.

Créo : association d'accompagnement à la création d'entreprises créée en 2006 à Aulnay-sous-Bois (93) par des entrepreneurs. Elle entend « détecter les meilleurs profils » d'Île-de-France. Elle est partenaire de grandes entreprises comme l'Oréal, Orange, ou TF1. Elle est soutenue par la BPI dans le cadre du programme « Entrepreneuriat pour tous » et plus particulièrement de l'axe relatif à l'accélération d'entreprises.

Les Déterminés : association créée en 2015 par un entrepreneur qui propose un parcours d'accompagnement aux porteurs de projet issus des QPV et des territoires ruraux. Elle est soutenue par la BPI dans le cadre du programme « Entrepreneuriat pour tous ».

Entreprendre : réseau de dirigeants d'entreprises créé en 1986 reconnu d'utilité publique qui accompagne des individus dans la création de leur entreprise productrice d'emplois. Il s'adresse surtout à des PME en devenir.

Entrepreneurs dans la Ville : programme d'accompagnement à l'entrepreneuriat des jeunes de QPV. Il a été créé en 2018 par l'EM de Lyon et l'association Sport dans la ville qui œuvre à l'insertion des jeunes. Développé d'abord en Île-de-France, il s'étend aujourd'hui dans les

territoires où est implantée Sport dans la ville. Il est soutenu par la BPI dans le cadre de l'axe portant sur l'accélération des entreprises du programme « Entrepreneuriat pour tous ».

Fondation agir contre l'exclusion (Face) : fondation créée en 1993 reconnue d'utilité publique qui œuvre en faveur de l'engagement sociétal des entreprises. C'est le plus grand réseau d'entreprises dédié à la RSE en France. Elle en rassemble 5400. Elle est partenaire des acteurs publics. Parmi les actions mises en œuvre, elle propose du mentorat et du mécénat de compétences aux entrepreneurs.

Moovjee : association de mentorat créée en 2009. Elle s'adresse aux jeunes entrepreneurs de 18 à 30 ans. Son fondateur a créé le Réseau M en 2013, réseau international de jeunes entrepreneurs à fort potentiel de croissance.

Positive Planet : association de lutte contre le chômage créée en 2006 qui propose un accompagnement à l'entrepreneuriat. Elle cible les QPV à travers un programme intitulé « Entreprendre en Banlieue ». Elle s'inscrit plus globalement dans Planet Finance, fondation présidée par Jaques Attali qui aide les populations pauvres à développer leur activité de manière autonome.

#### *Les structures de financement*

Association pour le droit à l'initiative économique (Adie) : structure créée en 1989 qui finance et accompagne les personnes n'ayant pas accès au crédit bancaire classique pour créer ou développer leur micro-entreprise à travers des microcrédits. Elle possède 120 antennes locales.

France Active : association d'aide à l'emploi créée en 1988 qui ouvre les portes de la banque aux chômeurs voulant créer une entreprise. Elle propose des garanties d'emprunt. Elle cible aussi les entreprises de l'ESS. Elle possède 42 antennes locales.

Initiative France : association de financement et d'accompagnement des créateurs et des repreneurs d'entreprise créé en 1985. Elle possède 214 antennes locales.

#### *Les structures d'hébergement*

Coopérative d'activité et d'emploi (CAE) : coopérative dont le statut est reconnu juridiquement dans la loi ESS de 2014. Cette structure propose un portage juridique aux travailleurs indépendants qui testent leur activité économique en tant qu'entrepreneurs-salariés. Ce statut leur procure une sécurité et un accompagnement en échange d'un pourcentage sur leur marge.

## Annexe 5 : Tableau des caractéristiques des entrepreneurs enquêtés

Ce tableau expose de manière schématique quelques éléments qui caractérisent l'activité et le profil social des 33 entrepreneurs rencontrés en entretien formel. Parmi ces 33 entrepreneurs, 27 sont accompagnés par les trois structures d'accompagnement étudiées plus en détails dans la thèse. Le tableau indique également les passages de la thèse qui évoquent longuement le portrait d'un entrepreneur.

NB : l'expression « à perte » employée pour caractériser les retombées économiques de l'activité signifie que l'entrepreneur a investi plus d'argent qu'il n'en a perçu. Dans certains cas, ce constat est lié au fait que l'entreprise est encore en cours de constitution.

Type d'activité	Statut juridique	Date de création	Structure d'accompagnement	Lieu de travail	Type de financement	Retombées économiques	Sexe	Âge	Nationalité	Niveau de formation	Lieu de vie	Détails dans un chapitre
Institut de beauté	Entreprise individuelle	2016	BGE	Local propre	Fonds propres et crédits	Revenu instable	Femme	Autour de 35 ans	Camerounaise	autodidaxie	Nantes (Dervallières)	4, 6, et 7.
traiteuse d'apéritifs africains	micro-entreprise	2018	BGE	Domicile	Fonds propre et microcrédit	Revenu instable	Femme	29 ans	Française d'origine sénégalaise	BTS en communication	Nantes (Nord)	4 et 7.
Activités de BTP	EURL	2012	BGE	Local propre	Fonds propres	Revenu	Homme	36 ans	Camerounais	CAP en menuiserie	Nantes (Dervallières)	3 et 6.
Chauffeur VTC	SAS	2017	BGE	Domicile	Fonds propres	Revenu	Homme	27 ans	Français d'origine marocaine	BTS technicien-ingénieur	Nantes (Malakoff)	8.
Création musicale	micro-entreprise	2018	BGE	Local partagé	Fonds propres	Revenu instable	Homme	22 ans	Portugais	BTS commercial	Nantes (Bellevue)	6 et 8.
Production et vente de vêtements en wax	micro-entreprise	2016	BGE	Domicile	Fonds propres et microcrédit	Revenu instable	Femme	45 ans	Franco-ivoirienne	BEP en comptabilité	Nantes (Malakoff)	7.
Ateliers de soutien scolaire alternatif	micro-entreprise	2018	BGE puis Ouvre-boîte 44	Local propre	Fonds propres	A perte	Femme	44 ans	Française	M2 en français langue étrangère	Nantes (Sillon)	6, 7, et 8.
Conseils en image et bien-être	micro-entreprise	2018	Ouvre-boîte 44	Domicile	Fonds propres et microcrédit	A perte	Femme	30 ans	Française	BTS en stylisme et modélisme	Nantes (Chantenay).	

Type d'activité	Statut juridique	Date de création	Structure d'accompagnement	Lieu de travail	Type de financement	Retombées économiques	Sexe	Âge	Nationalité	Niveau de formation	Lieu de vie	Détails dans un chapitre
Traiteuse de repas algérois revisités	SAS	2017	Ouvre-boîte 44 puis BGE	Local partagé et camion-restaurant	Fonds propres	Revenu instable	Femme	42 ans	Algérienne	Diplôme de professeure non reconnu en France	Nantes ((Orvault))	5 et 8.
Vente d'objets décoratifs artisanaux marocains	CAPE	2018	Ouvre-boîte 44	Domicile	Fonds propres	A perte	Femme	47 ans	Marocaine	autodidaxie	Nantes (Chantenay)	3, 5, et 8.
Organisation de mariages mixtes multiethniques	CAPE	2017	Ouvre-boîte 44	Domicile	Fonds propres	A perte	Femme	29 ans	Française d'origine camerounaise	BTS en communication	Nantes (Malakoff)	3,7.
traiteuse de plats africains	CAPE	2018	Ouvre-boîte 44	Local partagé	Fonds propres et microcrédit	A perte	Femme	42 ans	Gabonaise	autodidaxie	Nantes (Bellevue)	8.
Gestion d'un site internet de vente de produits artisanaux ethniques	En cours		La Miel	Domicile	Fonds propres	A perte	Femme	28 ans	Française d'origine tunisienne	M2 en communication digitale et en multimédia	Dugny	3 et 7.
Activités de BTP	micro-entreprise	2017	La Miel	Domicile	Fonds propres	Revenu	Homme	42 ans	Malien	Formation en BTP	Pierrefitte-sur-Seine.	
Gestion d'un réseau social d'entrepreneurs et prestations en entrepreneuriat	micro-entreprise	2015	La Miel	Local partagé	Fonds propres	A perte	Femme	33 ans	Française	M2 en communication et marketing émotionnel	Rosny-sous-Bois	4 et 6.
Plateforme multiservices pour expatriés africains	SAS	2018	La Miel	Local propre	Fonds propres et crédits	A perte	Homme	50 ans	Congolais	autodidaxie	Stains	6.
Vente de produits BTP	SARL	2016	La Miel	Local propre	Fonds propres	Revenu	Homme	52 ans		autodidaxie	Épinay-sur-Seine	7.
Conception lumineuse pour espaces intérieurs et extérieurs	SAS	2018	La Miel	Domicile	Fonds propres	Revenu instable	Femme	Autour de 40 ans	Tunisienne	M2 en architecture	Paris (18ème)	3 et 7.

Type d'activité	Statut juridique	Date de création	Structure d'accompagnement	Lieu de travail	Type de financement	Retombées économiques	Sexe	Âge	Nationalité	Niveau de formation	Lieu de vie	Détails dans un chapitre
Commercialisation de produits cosmétiques pour peaux noires et métisses en grandes et moyennes surfaces	En cours		La Miel	Local partagé	Fonds propres	A perte	Femme	49 ans	Française d'origine gabonaise	M2 en management et en finances	Sartrouville	6 et 8.
traiteuse de plats africains gourmets	micro-entreprise	2011	La Miel	Local partagé	Fonds propres	Revenu	Femme	38 ans	Ivoirienne	autodidaxie	Paris (18ème)	3, 6, et 7.
Storytelling pour les entreprises de la maison	EURL	2014	La Miel	Local propre	Fonds propres et crédits	Revenu	Femme	Autour de 40 ans	Française	M2 en arts appliqués	Saint-Denis	3 et 6.
Location d'espaces de coworking	Association	2016	La Miel	Domicile	Fonds propres et crédit	A perte	Femme	40 ans	Française		Saint-Denis	7 et 8.
Chorales d'entreprise	micro-entreprise	2019	La Miel	Local partagé	Fonds propres	A perte	Femme	41 ans	Française	M2 en gestion d'entreprise	Saint-Denis	7.
Agence numérique de voyages	En cours		La Miel	Domicile	Fonds propres	A perte	Homme	37 ans	Français d'origine guadeloupéenne	BTS en action commerciale	Épinay-sur-Seine	3.
Massages à domicile	micro-entreprise	2018	La Miel	Domicile	Fonds propres	A perte	Femme	40 ans	Française d'origine guadeloupéenne	Formation spécialisée en école de spa	Saint-Denis	8.
Production et vente de rhums arrangés	micro-entreprise	2018	La Miel	Local partagé	Fonds propres	Revenu instable	Homme	29 ans	Français d'origine guadeloupéenne	DUT d'ingénieur	Sceaux	8.
Production et vente de produits capillaires pour cheveux texturisés	SAS	2017	La Miel	Local propre	Fonds propres	Revenu instable	Homme	35 ans	Béninois	M2 en négociation d'affaires	Saint-Denis	3, 6, 7, et 8.
Création et gestion d'une plateforme numérique de candidatures pour profils atypiques	SASU	2017	Aucun	Domicile	Fonds propres et crédit	A perte	Homme	38 ans	Français d'origine antillaise	autodidaxie	Rueil-Malmaison (92)	6.

Type d'activité	Statut juridique	Date de création	Structure d'accompagnement	Lieu de travail	Type de financement	Retombées économiques	Sexe	Âge	Nationalité	Niveau de formation	Lieu de vie	Détails dans un chapitre
Gestion d'un incubateur de projets économiques dans la cosmétique	SAS	2019	Plaine Coworking	Local partagé	Fonds propres, crédit, subventions publiques	A perte	Femme	35 ans	Française d'origine ouest africaine	M2 en finances	Dans le Val-de-Marne	6 et 7.
Production et vente de biscuits	micro-entreprise	2018	Ouvre-boîte 44	Local partagé	Fonds propres	Revenu instable	Femme	Autour de 40 ans	Française		Nantes (Zola).	
Gestion d'une CAE pour entrepreneurs dans le textile	En cours		Start-up Banlieue	Domicile	Business plan en cours		Femme	23 ans	Française	M2 en entrepreneurat	Bagneux (92).	
Développement <i>web</i>	micro-entreprise	2018	Start-up Banlieue	Domicile	Fonds propres	Revenu	Homme	20 ans	Français d'origine maghrébine	Baccalauréat littéraire	Garges-lès-Gonesse (95).	
Création et gestion d'une application numérique de rencontres amoureuses	En cours		Start-up Banlieue	Local partagé	Fonds propres	A perte	Homme	25 ans	Français d'origine camerounaise	M2 en ingénierie	Paris (17ème)	8.

Réalisation : Loréna Clément, 2020.



# Index des acronymes

ACCRES : aide au chômeur créant ou reprenant une entreprise.

ACSE : agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances.

ADIE : association pour le droit à l'initiative économique.

ADIVE : agence pour la diversité entrepreneuriale.

AFE : agence France entrepreneurs.

AMI : appel à manifestation d'intérêt.

ANCT : agence nationale de la cohésion des territoires.

ANRU : agence nationale pour la rénovation urbaine.

ARCE : aide à la reprise ou à la création d'entreprise.

APCE : agence pour la création entreprise.

BGE : Ensemble pour agir et Entreprendre.

BIG : big innovation generation.

BPI : banque publique d'investissements.

BTP : le bâtiment et travaux publics.

BTS : brevet de technicien supérieur.

CAE : coopérative d'activités et d'emploi.

CAPE : contrat d'appui au projet d'entreprise.

CAQ : centre d'affaires de quartier.

CCI : chambre de commerce et d'industrie.

CDC : caisse des dépôts et consignations.

CDD : contrat à durée déterminée.

CDI : contrat à durée indéterminée.

CGET : commissariat général à l'égalité des territoires.

CIV : comité interministériel des villes.

CMA : chambre de métiers et de l'artisanat.

CNV : conseil national des villes.

CREDOC : centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.

CRESS : centre régional de l'économie sociale et solidaire.

DATAR : délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale devient celle de l'attractivité régionale.

DIACT : délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires.

DSQ : développement social des quartiers.

EM : école de management.

EPARECA : établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux.

EPT : établissement public territorial.

EURL : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

ESS : économie sociale et solidaire.

FACE : fondation agir contre l'exclusion.

FSE : fonds social européen.

HEC : école des hautes études commerciales.

HVS : habitat vie sociale.

IAU : institution d'aménagement et d'urbanisme.

INJEP : institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire.

INSEE : institution national de la statistique et des études économiques.

ISCOM : institut supérieur de communication et publicité.

JOP : jeux olympiques et paralympiques.

LME : loi de modernisation de l'économie.

MAPTAM : modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles.

MCTE : maison de la création et de la transmission d'entreprises.

ME93 : mieux entreprendre 93.

MEDEF : mouvement des entreprises de France.

MIEL : maison de l'initiative économique locale.

NACRE : nouvel accompagnement à la création et à la reprise d'entreprise.

NOTRE : nouvelle organisation territoriale de la république.

NPNRU : nouveau programme national de renouvellement urbain.

OCDE : organisation de coopération et de développement économiques.

ONPV : observatoire national de la politique de la ville.

PACTE : plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises.

PAQTE : pacte avec les quartiers pour les entreprises.

PCP : plaine commune promotion.

PDIE : programme départemental d'insertion et d'emploi.

PIB : produit intérieur brut.

PIC : plan d'investissement dans les compétences.

PME : petite et moyenne entreprise.

PTCE : pôle territorial de coopération économique.

QPV : quartier prioritaire de la politique de la ville.

RCE : réseau cadres-étudiants.

RSA : revenu de solidarité active.

RSE : responsabilité sociétale des entreprises.

RTES : réseau des collectivités territoriales pour une économie solidaire.

SA : société anonyme.

SARL : société à responsabilité limitée.

SAS : société par actions simplifiées.

SASU : société par actions simplifiées unipersonnelle.

SIAE : structure d'insertion par l'activité économique.

SIG : système d'information géographique.

SINE : système d'information sur les nouvelles entreprises.

SMIC : salaire minimum de croissance.

SRDEII : schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation.

SROI : social return on investment.

SRU : solidarité et renouvellement urbain.

TPE : très petite entreprise.

ZFU-TE : zone franche urbaine – territoires entrepreneurs.

ZRU : zone de redynamisation urbaine.

ZUS : zone urbaine sensible.

# Table des annexes

Annexe 1 : Calendrier des observations de terrain formelles.....	441
Annexe 2 : Calendrier des entretiens formels .....	445
Annexe 3 : Grilles d'entretien .....	450
Annexe 4 : Glossaire des acteurs de l'accompagnement entrepreneurial étendu.....	454
Annexe 5 : Tableau des caractéristiques des entrepreneurs enquêtés.....	458

# Table des cartes

Carte 1: Les territoires de Nantes Métropole.....	80
Carte 2: Les QPV de Plaine Commune.....	87
Carte 3: Légitimer les postures des entrepreneurs de la Miel en rendant accessibles des institutions reconnues.....	195
Carte 4: Accéder au territoire par l'accompagnement d'Osez Entreprendre.....	215
Carte 5: Les structures visitées en relation avec la Miel.....	257
Carte 6: Les structures visitées à Nantes Métropole.....	258
Carte 7: L'inscription des entrepreneurs de la Miel dans le centre-ville dyonisien.....	380

# Table des encadrés

Les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV).....	10
Du discours politique au discours de presse : l'entrepreneur talentueux des QPV.....	26
L'exemple des emplois francs .....	32
Ce que désigne l'expression « acteurs de l'accompagnement ».....	36
Les QPV pluriels de Nantes Métropole.....	81
Aperçu visuel de la Miel et de son environnement immédiat.....	85
Les réseaux sociaux comme matériau de recherche .....	95
Des trajectoires entrepreneuriales liées à la subjectivité plurielle de l'individu.....	143
« J'en avais marre de voir toujours un gros mafé mal dressé » (février 2019).....	146
« Je préfère dépenser petit à petit ce que je peux » (octobre 2018).....	148
« Ce que j'ai pu faire aujourd'hui, c'est sans réseau, sans quoi que ce soit » (juin 2019).....	149
« Il faut que j'apprenne la logghorée ».....	152
« Est-ce que la banque est vraiment faite pour vous ? » (mai 2019).....	155
« Je suis habituée, avec mes années de battante, à vivre avec le minimum » (avril 2019).....	156
« Liberté, égalité, volonté » à BIG.....	158
« Un système dans lequel chacun a sa chance » (novembre 2019).....	160
Les entrepreneurs de la CCI de Seine-Saint-Denis : des jeunes souriants de diverses origines.....	161
« Je discute les choses autrement » (septembre 2018).....	164
« Je peux vivre dans l'ombre toute ma vie » (février et octobre 2019).....	165
« Pourquoi les autres arrivent et moi, je n'y arriverais pas ? » (septembre 2018).....	167
« Pour moi, je suis au chômage et je ne suis bonne à rien » (octobre 2018).....	167
« Quand on vient de Seine-Saint-Denis et qu'on est une femme, si on n'est pas au top... » (février 2019) .....	168
« Toutes ces opportunités sont arrivées via, si on regarde la source, c'est via la Miel, finalement » (octobre 2019).....	187
Une formation collective en faveur de compétences plurielles (mars 2019).....	188
« J'ai fait les démarches à l'envers » (mars 2019).....	191
Fréquenter des hauts lieux pour légitimer la posture entrepreneuriale.....	193
Les « teams Osez Entreprendre » : une adaptation de la forme et de la temporalité .....	198
Un accompagnement pour les traiteurs des QPV : le projet d'incubateur culinaire à Nantes Métropole .....	199
La première soirée dédiée aux entrepreneuses à la Miel : un moment d'échanges entre paires (novembre 2018).....	201
Un renouvellement des conseillers.....	203
Une conseillère proche des entrepreneurs des QPV.....	204

« Je pense qu'a priori, ça part plus de préjugés que vraiment d'une connaissance de terrain » (janvier 2019).....	205
Les anciens locaux de la Miel en cœur de cité.....	210
Une maquette de communication moins stigmatisante et plus festive.....	212
Créa au féminin : « conseils », « témoignages », « échanges », « informations » (novembre 2019).....	223
« A la Miel, on a plus conforté mon idée que la déconstruire » (octobre 2019).....	225
« On m'a conseillée d'être à domicile mais je voulais avoir un local » (novembre 2018).....	231
Des structures visant le développement économique : la Pépinière (visite en avril 2018) et l'Envolée (visite en juillet 2019).....	264
Des structures pour « entrepreneurs banlieusards » : la French Tess et Startup Banlieue.....	265
Diversifier l'accompagnement entrepreneurial en QPV : le rôle de Résovilles.....	270
« Ceux qui sont prêts à franchir le pas » sont hébergés à Plaine des Saveurs.....	271
L'invisibilité locale de l'Envolée .....	273
Une qualité inégale du matériel de cuisine professionnel entre les structures.....	279
Du Sillon au festival de Laval : le saut d'échelle d'une entrepreneuse en difficulté.....	281
Une appropriation spatiale manquée .....	282
« J'ai toujours voulu être indépendante » (novembre 2018).....	294
« Après, j'ai fait aussi l'analyse de soi-même » (décembre 2018).....	298
« Je voulais montrer que quand tu veux, tu peux » (septembre 2019).....	300
« Dans ma vie, j'aime toujours avoir le contrôle » (novembre 2018).....	302
« Heureusement que je n'ai pas écouté » (juin 2019).....	304
« En France, on ne va pas te donner une grande chance » (février 2019).....	305
« A chaque fois, on incite les gens à laisser cette étiquette « cité » pour pouvoir réussir » (février 2019).....	306
« C'est une sorte de légitimité à prouver » (juillet 2019).....	308
« Ça m'apprendra à faire un contrat » (octobre 2019).....	309
« Je ne maîtrise pas la langue de Molière comme ceux qui ont pris le micro » (octobre 2019).....	310
L'entrepreneuriat comme démarche individualiste .....	313
Vendre du bonheur aux collègues entrepreneurs.....	315
Du bénévolat à la création d'entreprise.....	315
« Une mission de vie » (octobre 2018).....	316
« Ma bataille, c'est ça, c'est de casser ces barrières » (juillet 2019).....	318
L'intérieur de la boutique Nofi.....	320
« Si ça peut servir à réduire l'échec scolaire à l'échelle d'un quartier, pour moi ce serait une réussite » (janvier 2019).....	321
« J'aurais aimé un changement politique des choses » (décembre 2018).....	322
La Miel et l'empowerment des femmes.....	324
« J'en ai eu des vertes et des pas mûres, mais toujours de la part des noirs » (septembre 2019).....	325
« Franchement, start-up nation, ça commence à me les gonfler sévère. Vraiment. Vraiment » (novembre 2019).....	330

« Moi je dis : entreprendre, c'est crever la bouche ouverte » (février 2019).....	334
« Je pense que c'est fini. Si je reprends, c'est par rapport à la cuisine » (octobre 2019).....	336
« je me suis jamais posée la question de savoir si j'ai envie d'un hélicoptère ou pas » (novembre 2019) .....	337
« C'était plus une issue de secours » (septembre 2019).....	339
« ça veut dire vivre de sa boîte et de sa « passion » » (octobre 2018).....	341
« Il faut profiter parce que si je ne profite pas, je ne profiterai jamais » (octobre 2018).....	342
« En banlieue, quand tu réussis, tu n'as pas le droit d'aller à la pêche » (février 2019).....	345
« ça s'est fait à la fois par choix et par élimination » (janvier 2019).....	346
Choisir le nom de son « bébé ».....	348
« Je ne veux pas mourir en ayant des regrets d'avoir fait un projet purement commercial, et pas avec le cœur » (mai 2019).....	351
« S'il faut changer de vie, c'est maintenant » (septembre 2018).....	353
« On est qu'une personne et on a du mal à se scinder en deux » (juillet 2019).....	354
« Je ne voulais pas sacrifier aussi son bien-être pour ça » (juillet 2019).....	355
« Une mécène de mes coworkeuses » (mai 2019).....	361
« Parce que c'est super grand, c'est super beau, et qu'il y a même un intérêt patrimonial à ouvrir un peu cet endroit que les gens n'ont jamais vu » (mai 2019).....	369
« Tu mêles la vie personnelle, la vie professionnelle et la vie d'entrepreneur, tout ça dans un endroit qui est sur le lieu de vie » (février 2019).....	371
Un garage en QPV pour une boutique au Maroc.....	373
La diversité culturelle de l'offre et du paysage commerciaux.....	376
« C'est les gens qui viennent, qui mangent, qui trouvent ça bon, et qui reviennent. C'est tout. » (décembre 2018).....	378
Un « little souvenir » du territoire séquano-dionysien.....	384
La visibilisation de produits ethniques des entrepreneurs de la Miel.....	392
Le maintien d'une cuisine africaine ambulante dans l'espace public .....	400
Un ajustement des valeurs personnelles aux attentes institutionnelle.....	408
« Quand tu viens de banlieue, j'ai l'impression que tu montes un certain type de projet pour qu'on t'aide » (avril 2019).....	410

# Table des illustrations

Illustration 1: La place de l'entrepreneuriat dans les crédits 147 dédiés aux actions territorialisées des contrats de ville (projet de loi de finances pour 2019) .....	34
Illustration 2: Les acteurs de la politique d'accompagnement à la création et au développement d'activité en QPV.....	37
Illustration 3: L'accompagnement à l'entrepreneuriat comme politique en faveur de l'égalité.....	48
Illustration 4: Un accompagnement entrepreneurial ancré dans des réseaux d'acteurs multiscalaires...77	
Illustration 5: Les acteurs composant le dispositif Osez Entreprendre.....	79
Illustration 6: QPV du Château à Rezé.....	81
Illustration 7: QPV de la Boissière à Nantes.....	81
Illustration 8: QPV de Malakoff à Nantes.....	82
Illustration 9: La façade de la Miel.....	85
Illustration 10: La rue où est située la Miel.....	85
Illustration 11: Les entretiens menés.....	99
Illustration 12: La nationalité des entrepreneurs enquêtés.....	117
Illustration 13: L'origine des entrepreneurs enquêtés.....	117
Illustration 14: Les régions d'origine citées.....	118
Illustration 15: Les niveaux de diplôme des entrepreneurs enquêtés.....	119
Illustration 16: Les niveaux de diplôme des entrepreneurs enquêtés d'Osez Entreprendre.....	119
Illustration 17: Les niveaux de diplôme des entrepreneurs enquêtés de la Miel.....	119
Illustration 18: Profil général des entrepreneurs de la Miel et d'Osez Entreprendre.....	121
Illustration 19: L'importance des secteurs dits traditionnels dans les structures d'étude.....	122
Illustration 20: Les rentrées d'argent limitées des entrepreneurs enquêtés.....	131
Illustration 21: Les revenus des entrepreneurs en situation instable ou à perte.....	132
Illustration 22: Photographie depuis le sommet des gradins de la salle de concert d'AccorHotels Arena. ....	158
Illustration 23: Affiche de l'Adie promouvant la volonté personnelle.....	159
Illustration 24: le programme Entreprendre Leader de la Région Ile-de-France.....	161
Illustration 25: encart sur le statut de micro-entrepreneur.....	161
Illustration 26: l'espace de coworking de la CCI de Seine-Saint-Denis.....	161
Illustration 27: la valorisation du numérique par la CCI.....	161

Illustration 28: l'image donnée d'une « jeune entreprise ».....	162
Illustration 29: Les acteurs de l'accompagnement étendu à la Miel.....	186
Illustration 30: Les acteurs de l'accompagnement étendu d'Osez Entreprendre.....	187
Illustration 31: Hôtel de ville de Saint-Denis.....	193
Illustration 32: Musée d'art et d'histoire à Saint-Denis.....	193
Illustration 33: Les objectifs de la relation d'accompagnement dans les structures étudiées.....	196
Illustration 34: Immeuble dédié aux acteurs économiques.....	210
Illustration 35: Quartier d'implantation de l'immeuble.....	210
Illustration 36: Ancien flyer.....	212
Illustration 37: Nouveau flyer.....	212
Illustration 38: Affiche de la journée Créa au féminin.....	224
Illustration 39: Des partenariats institutionnels entre les champs économique et social.....	229
Illustration 40: Le poids de l'Intercommunalité dans le budget de la Miel et Osez Entreprendre.....	240
Illustration 41: L'articulation du développement économique et de la politique de la ville à Nantes Métropole.....	247
Illustration 42: L'articulation du développement économique et de la politique de la ville à Plaine Commune.....	248
Illustration 43: Façade de l'Envolée.....	273
Illustration 44: Matériel à Coopworking.....	279
Illustration 45: Matériel à l'Autre cuisine.....	279
Illustration 46: Slogan du BIG.....	313
Illustration 47: Les produits vendus à Nofi.....	320
Illustration 48: Une communication axée sur l'empowerment des femmes.....	324
Illustration 49: Façade de l'habitation.....	369
Illustration 50: La vitrine de Nofi visible depuis l'espace public.....	376
Illustration 51: Salle des Canaux dans laquelle se déroule la vente éphémère.....	392
Illustration 52: Triporteur conçu par Appui et la Ville de Saint-Denis.....	400

# Table des tableaux

Tableau 1: Des dispositifs nationaux de soutien à l'entrepreneuriat présents dans les terrains d'étude. .40	40
Tableau 2: Des dispositifs entrepreneuriaux spécifiques aux QPV.....41	41
Tableau 3: Les activités entrepreneuriales des personnes accompagnées enquêtées..... 123	123
Tableau 4: Données concernant l'accompagnement dans les structures d'étude en 2018.....174	174
Tableau 5: Les profils diversifiés des conseillers rencontrés.....177	177
Tableau 6: Des entrepreneurs qualifiés et en développement plus nombreux à la Miel qu'à Osez Entreprendre.....254	254
Tableau 7: Caractéristiques générales des deux types de structure d'accompagnement rencontrés.....260	260
Tableau 8: Caractéristiques des structures entrepreneuriales des terrains d'étude.....263	263
Tableau 9: Typologie des entrepreneurs valorisés par les acteurs institutionnels locaux.....403	403

# Table des matières

Résumé.....	3
Abstract.....	4
Remerciements.....	5
Sommaire.....	7
Introduction.....	9
<b>PARTIE I : ETUDIER L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL EN QUARTIERS PRIORITAIRES.....</b>	<b>13</b>
Chapitre 1 : une politique récente d'égalité des chances.....	17
1 Un renforcement des politiques de soutien à l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires.....	17
1.1 Un portage politique fort au niveau national.....	17
1.1.1 Des discours en faveur de la croissance économique.....	17
1.1.2 Un pays de chômeurs à insérer.....	21
1.1.3 Des politiques nationales qui prennent forme dans les QPV.....	24
1.1.3.1 Un contexte entrepreneurial jugé propice.....	24
1.1.3.2 Un contexte socio-territorial dégradé.....	27
1.2 Une politique récente de soutien à l'entrepreneuriat en quartiers prioritaires.....	29
1.2.1 Un thème encore limité dans la politique de la ville.....	29
1.2.1.1 Avant 2014, un développement économique à travers les ZFU.....	29
1.2.1.2 La réforme de 2014 met en valeur le développement économique.....	30
1.2.1.3 Le soutien à l'entrepreneuriat, une stratégie parmi d'autres.....	32
1.2.2 Une territorialisation en cours.....	34
1.2.2.1 Une mise en application locale des directives nationales.....	34
1.2.2.2 Les dispositifs pluriels de soutien à l'entrepreneuriat en QPV.....	37
2 Étudier la mise en œuvre et les effets d'une politique d'égalité des chances.....	42
2.1 L'égalité des chances par l'accompagnement à l'entrepreneuriat.....	42
2.1.1 Une politique de la ville pour réduire la fracture socio-territoriale.....	42
2.1.1.1 Égalité et aménagement du territoire.....	42
2.1.1.2 Le caractère indéfini et pluriel de l'égalité.....	43
2.1.1.3 Une discrimination territoriale pour des mêmes droits.....	44
2.1.2 Droit à entreprendre et égalité socio-spatiale.....	45
2.1.2.1 Répartir en faveur de l'ascension individuelle et du développement local.....	45
2.1.2.2 Une politique entre continuité et évolution.....	48
2.1.2.3 Une ambiguïté idéologique.....	50
2.2 Questionner une politique « d'entrepreneuriat pour tous » en QPV.....	52
2.2.1 Analyser les modalités et les effets de l'accompagnement à l'entrepreneuriat.....	52
2.2.1.1 L'accès aux ressources entrepreneuriales.....	52
2.2.1.2 L'empowerment par l'entrepreneuriat.....	53
2.2.2 Qui, comment, et pourquoi accompagner ?.....	55
3 Un ancrage interdisciplinaire pour comprendre la pluralité de l'entrepreneuriat en QPV... ..	57
3.1 La pluralité en entrepreneuriat.....	57
3.1.1 La pluralité des expériences entrepreneuriales.....	57
3.1.1.1 Un champ disciplinaire en construction.....	57
3.1.1.2 La critique d'une figure hégémonique de l'entrepreneur.....	58
3.1.1.3 Les exemples de l'entrepreneuriat des femmes et de l'entrepreneuriat ethnique.....	59
3.1.2 La pluralité de l'accompagnement à l'entrepreneuriat.....	61

3.2 Les différences au cœur des trajectoires entrepreneuriales.....	63
3.2.1 Les différences entre contraintes et ressources.....	64
3.2.2 Une approche intersectionnelle des expériences entrepreneuriales.....	65
3.2.2.1 Une clef d'analyse.....	65
3.2.2.2 L'émergence de l'intersectionnalité dans la recherche en entrepreneuriat.....	66
3.3 Enrichir un objet de recherche interdisciplinaire.....	68
3.3.1 Un objet à construire .....	68
3.3.1.1 Des travaux en entrepreneuriat sur les QPV limités.....	68
3.3.1.2 Des travaux sur l'entrepreneuriat en politique de la ville limités.....	70
3.3.2 Un objet à documenter.....	71
Conclusion.....	72
Chapitre 2 : une approche qualitative sur deux terrains d'étude.....	73
1 Trois structures d'accompagnement sur deux terrains d'étude.....	73
1.1 La délimitation des termes du sujet.....	73
1.1.1 Circonscrire l'objet : la création et le développement d'activité.....	73
1.1.2 Circonscrire le périmètre :une approche transcalaire des quartiers prioritaires....	75
1.1.3 Circonscrire les acteurs : la politique d'accompagnement.....	76
1.2 Deux terrains : le dispositif Osez Entreprendre et la Miel.....	78
1.2.1 Le dispositif Osez Entreprendre dans les QPV de Nantes Métropole.....	78
1.2.1.1 Un dispositif ancien, collectif, et institutionnel.....	78
1.2.1.2 Une fracture territoriale qui s'accroît.....	79
1.2.2 La Miel à Plaine Commune.....	83
1.2.2.1 Une structure historique de l'intercommunalité.....	83
1.2.2.2 Un territoire dynamique marqué par la présence de QPV.....	86
1.3 Le choix de terrains similaires mais dissemblables.....	88
1.3.1 Un processus itératif.....	88
1.3.1.1 Une sélection après exploration.....	88
1.3.1.2 Laisser place à la découverte.....	89
1.3.2 Deux études de cas plus qu'une comparaison.....	90
1.3.2.1 Deux projets d'Intercommunalité .....	90
1.3.2.2 Des divergences à contextualiser.....	91
2 Une méthodologie qualitative en sciences sociales.....	93
2.1 Un triptyque méthodologique .....	93
2.1.1 Les observations de terrain.....	93
2.1.1.1 Les différents types d'observation.....	93
2.1.1.2 Les objectifs des observations : qui et comment ?.....	95
2.1.1.3 Ma posture lors des observations.....	96
2.1.2 Les entretiens.....	97
2.1.2.1 Les différents types d'entretien.....	97
2.1.2.2 Les objectifs des entretiens : qui, où, et pourquoi ?.....	99
2.1.3 Les analyses de documents.....	101
2.1.3.1 Les différents types de documents.....	101
2.1.3.2 Les objectifs de l'analyse : pourquoi ?.....	102
2.2 Une sensibilité pour les entrepreneurs de banlieue.....	103
2.2.1 Une posture affective vis-à-vis du terrain.....	103
2.2.1.1 Le premier choix : la banlieue précarisée.....	103
2.2.1.2 Le deuxième choix : questionner les politiques territoriales.....	104
2.2.2 Une posture affective vis-à-vis des entrepreneurs.....	105
2.2.2.1 Visibiliser les invisibles, un impensé devenu central.....	105
2.2.2.2 Etablir des relations d'échange en entretien.....	106
2.2.3 Le règlement des enjeux d'objectivité.....	108
2.2.3.1 Se distancier des entrepreneurs.....	108
2.2.3.2 La réflexivité sur une posture affective.....	108
Conclusion.....	109
Conclusion de partie.....	110

PARTIE II : UN ACCOMPAGNEMENT POUR TOUS EN DEMI-TEINTE.....	111
Chapitre 3 : un entrepreneuriat hétérogène marqué par des rapports sociaux inégalitaires.....	115
1 Une diversité entrepreneuriale caractérisée par la modestie.....	116
1.1 Le portrait impossible d'un entrepreneuriat des QPV.....	116
1.1.1 La diversité des entrepreneurs (sexe, origine géographique, diplôme, âge).....	116
1.1.2 Des activités dans des domaines variés.....	121
1.1.2.1 Des secteurs d'activité dits traditionnels.....	121
1.1.2.2 Une hétérogénéité interne .....	122
1.1.3 Une littérature grise éparpillée.....	124
1.1.3.1 L'absence de données systématiques sur l'entrepreneuriat en QPV.....	124
1.1.3.2 Une pluralité de résultats.....	126
1.2 La modestie de l'entrepreneuriat ordinaire.....	129
1.2.1 La modestie de l'entrepreneuriat étudié.....	129
1.2.1.1 La prépondérance du statut de la micro-entreprise.....	129
1.2.1.2 La prépondérance d'activités de petite ampleur.....	130
1.2.2 Une modestie partagée mais renforcée en QPV.....	132
1.2.2.1 Des caractéristiques similaires chez les entrepreneurs hors QPV.....	132
1.2.2.2 Une modestie plus marquée en QPV.....	134
1.2.3 Un faux entrepreneuriat ?.....	136
1.2.3.1 Des entrepreneurs « par nécessité ».....	136
1.2.3.2 Une dichotomie opportunité/nécessité à déconstruire .....	138
2 L'activité entrepreneuriale inscrite dans des rapports sociaux inégalitaires.....	140
2.1 Une démarche entrepreneuriale influencée par les caractéristiques sociales.....	140
2.1.1 Des domaines d'activité construits sur les caractéristiques sociales.....	140
2.1.2 Des trajectoires entrepreneuriales variées selon les parcours de chacun.....	142
2.1.2.1 L'imbrication des caractéristiques sociales au rebours d'une identité figée....	142
2.1.2.2 L'exemple de l'entrepreneuriat ethnique .....	145
2.2 Des ressources entrepreneuriales limitées par les conditions sociales d'existence.....	147
2.2.1 Des indispensables à la création d'entreprise qui font défaut aux classes populaires.....	147
2.2.1.1 Un faible financement .....	147
2.2.1.2 Un faible réseau.....	148
2.2.1.3 Une précarité qui accentue les difficultés entrepreneuriales.....	150
2.2.2 Un écart à la culture entrepreneuriale qui renforce les difficultés.....	151
2.2.2.1 Une distance sociale et culturelle.....	151
2.2.2.2 De la distance à l'exclusion .....	152
2.3 Des inégalités structurelles qui marquent la trajectoire entrepreneuriale.....	154
2.3.1 Entreprendre avec les discriminations.....	154
2.3.1.1 L'entrepreneuriat comme échappatoire ? .....	154
2.3.1.2 La discrimination à la source de ressources pour entreprendre .....	156
2.3.2 Une invisibilité des rapports sociaux inégalitaires.....	157
2.3.2.1 Des discours publics en faveur du mérite individuel .....	157
2.3.2.2 Des images qui incarnent un profil d'entrepreneuriat.....	160
2.3.3 L'illégitimité entrepreneuriale .....	163
2.3.3.1 Un manque de confiance en soi.....	163
2.3.3.2 Une culpabilisation.....	166
2.3.3.3 Une démarche inégalitaire mais souhaitée.....	168
Conclusion.....	169
Chapitre 4 : Un accompagnement entrepreneurial adapté en partie au contexte social des QPV.....	171
1 Un accompagnement entre conformité et ajustements.....	172
1.1 Des structures d'accompagnement généralistes.....	172
1.1.1 Un accompagnement à l'entrepreneuriat généraliste.....	172
1.1.1.1 La prédominance de l'accompagnement individuel.....	172
1.1.1.2 Des formations collectives complémentaires.....	174
1.1.1.3 Des accompagnateurs aux profils variés .....	175

1.1.2 Un accompagnement ouvert à toute personne motivée.....	179
1.1.3 Un accompagnement centré sur l'acquisition de ressources.....	182
1.1.3.1 Les compétences au coeur de l'accompagnement .....	182
1.1.3.2 L'enjeu de renforcer une posture réflexive.....	183
1.1.3.3 L'enjeu d'ouvrir le réseau.....	184
1.1.4 Légitimer l'entrepreneur.....	189
1.1.4.1 Apporter de la confiance en soi.....	189
1.1.4.2 Formaliser les savoirs entrepreneuriaux .....	190
1.1.4.3 Introduire dans le réseau d'acteurs institutionnels.....	191
1.2 Des ajustements variables au contexte socio-économique des QPV.....	197
1.2.1 Un accompagnement qui s'adapte aux besoins des entrepreneurs du territoire. .	197
1.2.1.1 Un ajustement du format : mise en pratique et temporalité.....	197
1.2.1.2 Un ajustement du contenu .....	199
1.2.2 Des ajustements variables en fonction des structures et des accompagnateurs. .	201
1.2.2.1 Des logiques propres à chaque structure .....	201
1.2.2.2 Des ressources propres à chaque conseiller .....	202
1.2.2.3 L'enjeu de la proximité sociale .....	204
2 La dimension sociale d'une politique entrepreneuriale territorialisée.....	207
2.1 Un ciblage spatial au profit de certains publics .....	207
2.1.1 Un ciblage territorial entre démocratisation et stigmatisation.....	207
2.1.1.1 Des stratégies différentes d'ancrage local entre les structures étudiées.....	207
2.1.1.2 Une remise en cause du critère spatial.....	211
2.1.1.3 L'enjeu difficile de différencier sans stigmatiser .....	214
2.1.1.4 Une territorialisation nécessaire pour avoir les moyens d'agir .....	215
2.1.2 Une politique territoriale qui spécifie certains publics.....	217
2.1.2.1 Une orientation nationale sur les « personnes éloignées de l'emploi ».....	217
2.1.2.2 Les femmes, gagnantes de la politique locale d'accompagnement .....	218
2.1.2.3 Un public « éloigné de l'emploi » hiérarchisé.....	219
2.1.2.4 Quel accompagnement des personnes d'origine étrangère ?.....	220
2.2 Un accompagnement entrepreneurial porté par des objectifs sociaux.....	223
2.2.1 Un accompagnement social et psychologique.....	223
2.2.1.1 La confiance en soi plus que la croissance économique .....	223
2.2.1.2 La sécurité plus que la rentabilité.....	224
2.2.1.3 La recherche de « sorties positives » plus que la création d'entreprises employeuses.....	226
2.2.2 L'orientation sociale des partenariats institutionnels.....	228
2.2.2.1 Des partenaires dans le champ social.....	228
2.2.2.2 Des acteurs de la croissance économique à distance des QPV.....	229
2.2.2.3 Une approche sociale qui stigmatise les QPV ? .....	230
Conclusion .....	232

Chapitre 5 : Des politiques locales qui atténuent peu les inégalités d'accès aux ressources pour entreprendre.....235

1 Une politique territoriale en tension entre les objectifs d'insertion et de développement..	236
1.1 Une politique entre attractivité et rééquilibrage.....	236
1.1.1 Une mise en oeuvre à différents échelons territoriaux.....	236
1.1.1.1 Un partage des fonctions.....	236
1.1.1.2 Les Intercommunalités structurent le soutien à l'entrepreneuriat en QPV.....	238
1.1.1.3 Une nouvelle orientation nationale ave la BPI.....	241
1.1.2 Des positions intercommunales divergentes sur l'entrepreneuriat en QPV.....	243
1.1.2.1 Des élus locaux à la recherche d'une diversification des projets entrepreneuriaux.....	243
1.1.2.2 Une politique de développement économique local plus marquée à Plaine Commune qu'à Nantes Métropole.....	245
1.2 Des différences de politique locale visibles à la Miel et à Osez Entreprendre.....	249
1.2.1 Une inflexion différente sur les enjeux de développement économique .....	249
1.2.1.1 La Miel en quête d'une diversification des projets accompagnés.....	249
1.2.1.2 Osez Entreprendre privilégie la dimension sociale.....	251
1.2.2 Des profils entrepreneuriaux dissemblables.....	252

2 Un accès différencié aux ressources entrepreneuriales dans les intercommunalités.....	255
2.1 Différentes structures pour différents profils entrepreneuriaux.....	255
2.1.1 Une géographie des structures d'accompagnement dans les intercommunalités	255
2.1.1.1 Une approche exploratoire.....	255
2.1.1.2 Une typologie des structures d'accompagnement.....	259
2.1.2 Les deux formes complémentaires des structures d'accompagnement.....	260
2.1.2.1 Les structures accompagnant les petits projets.....	260
2.1.2.2 Les structures accompagnant les projets à potentiel de développement.....	263
2.1.2.3 Les nouveaux entrants.....	265
2.1.3 Une géographie des structures d'accompagnement orientée par les acteurs publics	267
2.1.3.1 Les Intercommunalités en faveur des structures historiques.....	267
2.1.3.2 Des structures récentes soutenues par les acteurs d'autres échelons.....	268
2.2 Une fragmentation socio-spatiale qui perdure dans l'offre d'accompagnement en QPV	271
2.2.1 Une politique territoriale d'accès pour tous marquée par des inégalités géographiques.....	271
2.2.1.1 Un hébergement des entrepreneurs diplômés et exogènes aux QPV.....	271
2.2.1.2 Une approche différenciée de la mixité entre les QPV et le reste de l'intercommunalité.....	274
2.2.1.3 Une répartition inégale de l'offre d'accompagnement entre les QPV.....	276
2.2.2 Une ouverture socio-spatiale par la Miel et Osez Entreprendre aux effets limités	278
2.2.2.1 Ouvrir l'accès aux ressources des structures d'hébergement.....	278
2.2.2.2 Un élargissement spatial qui reste contraint.....	281
2.2.2.3 Une ouverture sociale réduite.....	283
Conclusion.....	285
Conclusion de partie.....	286
PARTIE III : UNE RECONNAISSANCE PARTIELLE DES EXPERIENCES ENTREPRENEURIALES.....	287
Chapitre 6 : Un empowerment de l'entrepreneur en pointillé.....	293
1 Une reconnaissance de l'individualité entre empowerment et standardisation.....	293
1.1 Une autonomie qui mêle l'indépendance et la responsabilisation.....	293
1.1.1 L'autonomie au cœur de la démarche entrepreneuriale.....	293
1.1.1.1 Des individus qui entreprennent pour être indépendants .....	293
1.1.1.2 Un accompagnement pour apporter des compétences extra-économiques.....	295
1.1.2 Une responsabilisation en double teinte.....	297
1.1.2.1 L'anthroprenariat.....	297
1.1.2.2 Une envie des entrepreneurs.....	299
1.2 La légitimation des différences entrepreneuriales dans un cadre institutionnel.....	302
1.2.1 S'approprier son individualité plurielle.....	302
1.2.1.1 Construire sa propre histoire .....	302
1.2.1.2 Renverser le stigmate de la classe sociale.....	304
1.2.1.3 Mettre à distance l'identité assignée de l'entrepreneur des quartiers.....	305
1.2.2 Une reconnaissance conditionnée au respect des règles institutionnelles.....	308
1.2.2.1 Une légitimité conférée par les acteurs institutionnels de l'entrepreneuriat....	308
1.2.2.2 Le manque de compétence et l'écart aux règles demeurent préjudiciables.....	309
1.2.2.3 Une démarche entrepreneuriale qui avalise l'ordre établi.....	311
2 Des formes collectives réduites pour une politisation limitée.....	312
2.1 Une dimension collective restreinte dans l'acte d'entreprendre.....	312
2.1.1 Une politique publique individualisée.....	312
2.1.2 Le collectif comme opportunité.....	314
2.1.2.1 Vendre du collectif.....	314
2.1.2.2 Des entrepreneurs qui articulent l'entraide et l'opportunité .....	316
2.2 Des formes collectives entre solidarité et fragmentation.....	318
2.2.1 Un sentiment d'appartenance collective fondé sur des discriminations partagées	318
2.2.1.1 Un engagement personnel fondé sur des expériences discriminatoires.....	318
2.2.1.2 De l'expérience personnelle à un engagement plus large.....	321
2.2.1.3 L'émergence de collectifs dans l'accompagnement entrepreneurial .....	323

2.2.2 Un empowerment collectif limité.....	325
2.2.2.1 Une concurrence au sein des entrepreneurs discriminés.....	325
2.2.2.2 Un pouvoir réduit.....	326
Conclusion.....	328
Chapitre 7 : Des expériences de travail entre liberté et contrainte.....	329
1 Une appropriation personnelle des mythes de l'entrepreneuriat.....	330
1.1 La critique d'un entrepreneuriat idéalisé.....	330
1.1.1 La remise en cause de la start-up nation .....	330
1.1.1.1 Des entrepreneurs qui ne se sentent pas représentés.....	330
1.1.1.2 Des conseillers qui critiquent une déconnexion à la réalité du terrain .....	331
1.1.2 Le réveil du rêve entrepreneurial.....	333
1.1.2.1 La souffrance cachée de l'entrepreneuriat.....	333
1.1.2.2 Une expérience vécue en double teinte.....	335
1.2 Une réussite fondée sur l'épanouissement personnel.....	337
1.2.1 Vivre convenablement de son activité.....	337
1.2.1.1 La réussite n'est pas le profit.....	337
1.2.1.2 L'argent hors de portée ?.....	338
1.2.2 La recherche de l'épanouissement au travail.....	340
1.2.2.1 La passion au cœur du projet d'activité .....	340
1.2.2.2 Une activité intégrée dans le parcours de vie.....	342
1.2.2.3 Une réussite comme ailleurs.....	344
1.2.3 Entreprendre par nécessité et par envie.....	346
2 Des pratiques de travail négociées et transformées au quotidien.....	348
2.1 Une intrication des sphères professionnelle et personnelle entre liberté et contrainte...348	
2.1.1 Un projet construit à partir de soi.....	348
2.1.1.1 L'adéquation « homme-projet ».....	348
2.1.1.2 La prégnance des liens forts .....	349
2.1.2 Des temporalités entrecroisées à gérer.....	352
2.1.2.1 Des moments de vie qui incitent à entreprendre.....	352
2.1.2.2 Un équilibre temporel précaire .....	354
2.2 Des expériences d'entrepreneuses qui modifient les rapports au travail.....	356
2.2.1 La mobilisation d'une définition féministe et extensive du travail.....	356
2.2.1.1 Une approche féministe de l'entrepreneuriat.....	356
2.2.1.2 Un renversement de la vision capitaliste et patriarcale du travail .....	359
2.2.2 Un travail entrepreneurial extensif à l'empowerment limité.....	360
2.2.2.1 L'entrepreneuriat comme travail extensif qui rejoue les inégalités.....	360
2.2.2.2 Un choix sous contrainte : le cas des mères entrepreneuses.....	362
Conclusion.....	364
Chapitre 8 : Une reconnaissance différenciée dans l'espace urbain.....	367
1 Un espace local vécu et produit par les entrepreneurs.....	368
1.1 Des entrepreneurs producteurs des espaces du quotidien.....	368
1.1.1 Le quartier, territoire quotidien des pratiques entrepreneuriales.....	368
1.1.1.1 Le logement, lieu pivot des activités.....	368
1.1.1.2 Des ressources à l'échelle du quartier.....	370
1.1.2 Une inscription locale transnationale.....	373
1.1.2.1 Les ressources familiales et culturelles de l'étranger.....	373
1.1.2.2 L'inscription locale de pratiques entrepreneuriales transnationales.....	374
1.1.3 Des pratiques entrepreneuriales qui proviennent de l'espace local et qui le produisent.....	377
1.1.3.1 Des pratiques en extérieur qui animent la vie locale.....	377
1.1.3.2 Un accompagnement qui inscrit spatialement les activités.....	378
1.2 Une politique publique qui envisage ses entrepreneurs comme un support de développement local .....	382
1.2.1 L'entrepreneur, une ressource qui s'engage pour son territoire et ses habitants. .382	

1.2.1.1 Un entrepreneuriat inscrit localement.....	382
1.2.1.2 Un entrepreneuriat porteur de valeurs.....	385
1.2.2 Un engagement entrepreneurial local aux réalités contrastées.....	387
2 Une visibilité urbaine structurée par les acteurs institutionnels locaux.....	390
2.1 Un soutien privilégié aux projets conformes aux attentes institutionnelles.....	390
2.1.1 La visibilité d'activités jugées attractives dans l'espace urbain dionysien.....	390
2.1.1.1 Une mise en valeur de produits ethniques jugés qualitatifs.....	390
2.1.1.2 Une stratégie globale de requalification commerciale .....	393
2.1.2 Un entrepreneuriat ethnique populaire visibilisé s'il est conforme.....	396
2.1.2.1 Une mise en conformité des activités informelles.....	396
2.1.2.2 Une acculturation pour une visibilité dans l'espace urbain.....	399
2.2 Une reconnaissance inégalitaire des entrepreneurs par les acteurs institutionnels locaux.....	402
2.2.1 Une légitimité urbaine inégale selon les profils.....	402
2.2.1.1 Une typologie des entrepreneurs visibles dans l'espace public.....	402
2.2.1.2 Une reconnaissance institutionnelle en faveur d'une élite.....	404
2.2.2 Une adaptation différenciée des entrepreneurs aux attentes institutionnelles.....	407
2.2.2.1 Des entrepreneurs qui mobilisent les pouvoirs publics.....	407
2.2.2.2 Des entrepreneurs réceptifs à une acculturation.....	408
2.2.2.3 Des entrepreneurs qui éprouvent les attentes institutionnelle comme des injonctions.....	410
Conclusion.....	412
Conclusion de partie.....	413
Conclusion.....	415
Bibliographie.....	421
Annexes.....	441
Index des acronymes.....	463
Table des annexes.....	467
Table des cartes.....	468
Table des encadrés.....	469
Table des illustrations.....	472
Table des tableaux .....	474
Table des matières.....	475