

---

**MARIE-HÉLÈNE DUCHEMIN***EM-Normandie-Caen ; Lab. Métis***SÉVERINE LEMARIÉ-QUILLERIER***IAE Caen ; Lab. NIMEC EA 969*

# Itinéraire d'un souvenir

## Importance de la mémoire dans l'accompagnement entrepreneurial de la créatrice

*Parce que l'engagement des femmes dans l'entrepreneuriat revêt un enjeu majeur pour la croissance économique, étudier les dispositifs d'accompagnement au féminin est important. L'ambition de cet article est d'introduire la neuropsychologie dans le champ de l'entrepreneuriat. Pour y parvenir, une triangulation de méthodes a été réalisée de manière à assurer la validité des conclusions avancées. Elle a consisté en un traitement qualitatif – codage à visée théorique – puis lexicométrique des données obtenues lors de 116 entretiens ouverts. Les résultats soulignent le poids des souvenirs des expériences passées sur la création d'entreprise et montrent le rôle clé de la mémoire autobiographique dans l'accompagnement entrepreneurial en groupe de femmes.*

Les recherches dédiées aux créatrices et à leur accompagnement font encore figure d'exception dans la littérature académique francophone (Santoni, 2018). Depuis 2011, une accélération des publications consacrées à l'accompagnement des femmes qui entreprennent est toutefois observable. La littérature présente dans une dimension idiosyncratique, les considérant comme différentes ou comme une minorité. Les constats d'aujourd'hui sont toutefois très proches de ceux d'il y a 30 ans à savoir : une création d'entreprise souvent contrainte pour obtenir une situation professionnelle satisfaisante, un accès au crédit et une constitution du capital social difficile, un manque de confiance et une sous-estimation de soi (Schwartz, 1976 ; Holmquist et Carter, 2009). Fouquet (2005) précise que les activités créées sont souvent orientées dans les secteurs des services, du commerce, traditionnellement plus féminisés. En dehors de cela, les différences hommes – femmes ne sont pas saillantes (Brush *et al.*, 2008 ; Holmquist et Carter, 2009). Des études font d'ailleurs apparaître des contrastes bien plus marqués entre les entrepreneures elles-mêmes (Cornet et Constantinidis, 2004). Des catégories distinctes sont ainsi identifiées en fonction de la situation familiale, du partage des responsabilités au sein de la famille mais aussi de l'expérience professionnelle préalable. Aujourd'hui, certains chercheurs expliquent la moindre présence des entrepreneures par les représentations de genre (Kirkwood, 2009). L'entrepreneuriat serait encore stéréotypé comme masculin (Gupta *et al.*, 2008). Ces biais cognitifs expliqueraient la différence de comportement entre les hommes et les femmes en matière de

création d'entreprises (Giacomin *et al.*, 2010). Depuis les travaux fondateurs consacrés à la motivation des femmes à créer leur entreprise, de nouvelles recherches montrent l'existence de motivations entrepreneuriales plus contraintes dans certains secteurs d'activités (services, commerce) et pour les femmes (Bergmann et Sternberg, 2007 ; Giacomin *et al.*, 2010). D'autres soutiennent que la décision de création semble liée à la carrière préalable, notamment au sentiment de frustration dans la vie professionnelle antérieure (Lebegue, 2015 ; Thébaud, 2016). Ceci explique pourquoi des auteurs appellent à prendre davantage en considération l'expérience passée pour mieux comprendre les raisons de la création d'entreprise (Giacomin, 2010 ; Fenwick, 2000). Toutefois les études jusque-là réalisées en sciences de gestion présentent certaines limites. L'une d'elle est de centrer les travaux sur le temps objectif encore appelé temps « horloge » (Bluedorn et Denardt, 1988). Il s'agit d'un temps constant, unidirectionnel et identique pour tous les individus. Selon Shipp et Cole (2015), le temps objectif ne constitue pas l'unique approche puisqu'une autre s'intéresse au temps subjectif encore appelé temps psychologique dans lequel les pensées s'entremêlent entre le passé, le présent et le futur. Son rôle conduit l'individu, au présent, à se rappeler son passé et à anticiper son futur. La seconde limite est de considérer les expériences passées comme des réalités. Or, quand l'expérience est orientée vers le passé, elle l'est sous la forme de souvenir ; lorsqu'elle est tournée vers le futur, elle l'est sous la forme de projet (Tulving, 2001). Ce voyage est rendu possible par le fonctionnement de la mémoire. Sutin et Robins (2007) soulignent

la tendance des femmes à rapporter des souvenirs plus cohérents, plus vifs et plus intenses émotionnellement que les hommes. D'ailleurs, en observant l'expérience professionnelle de plusieurs femmes, Pillemer (2001) constate qu'un souvenir singulier a façonné le cours de leur carrière. Ainsi, par un regard croisé, nous mobilisons le concept de a mémoire autobiographique emprunté à la neuropsychologie pour enrichir le champ de l'accompagnement entrepreneurial de la créatrice. En conséquence, notre objectif est, à travers le présent article, de comprendre les mécanismes du souvenir du salariat dans le choix de la création d'entreprise afin de les intégrer dans le processus d'un accompagnement entrepreneurial adapté de la créatrice. L'intérêt d'adopter cette articulation conceptuelle : mémoire – accompagnement entrepreneurial de la créatrice est souligné. Pour y parvenir, nous dressons dans une première partie un état de l'art afférent à la mémoire dans la mise en place d'un accompagnement adapté de la créatrice. Dans un second temps, par une analyse lexicographique, nous étudions les souvenirs du salariat racontés par des entrepreneures.

## **I – SOUVENIRS ET ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL : DES LIENS À INTERROGER**

La littérature dédiée aux facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat suggère une convergence relative entre les motivations des créatrices et des créateurs (Fouquet, 2005). Des particularités se font toutefois sentir chez les femmes laissant notamment apparaître un lien avec des difficultés ressenties dans l'emploi précédent

(Thébaud, 2016). Ces spécificités pourraient expliquer l'émergence, ces dernières années, de dispositifs d'accompagnement voués aux femmes (Lebegue, 2015 ; Bueno Merino et Duchemin, 2016). De telles structures seraient ainsi développées afin de faciliter l'acte entrepreneurial. Nous abordons ici les raisons pour lesquelles les femmes choisissent la création d'entreprise en nous centrant sur les difficultés rencontrées lors du salariat. Nous complétons les connaissances par la prise en compte du fonctionnement de la mémoire. Le souvenir de l'emploi salarié peut en effet bouleverser la carrière professionnelle (Pillemer, 2001). Il intervient également dans la prise de décision (Schacter, 2012) et doit donc être pris en compte pour adapter l'accompagnement entrepreneurial à la créatrice.

### **1. Les motivations connues de l'entrepreneuriat**

Les facteurs déterminant la création d'entreprise reposent sur la dichotomie volonté – nécessité (Carrier *et al.*, 2006). Le choix de l'entrepreneuriat chez les femmes répond aux mêmes aspirations que chez les hommes. Indépendance, autonomie, accomplissement personnel représentent des motivations de volonté par opposition à des situations plus contraintes telles la perte d'un emploi, les responsabilités familiales ou l'absence d'alternative (Giacomin *et al.*, 2010). Il semble toutefois que l'option de la création d'entreprise réponde plus souvent à un entrepreneuriat contraint chez les femmes (Bergmann et Sternberg, 2007). En effet, si certaines expliquent leur création par la recherche de l'indépendance et le besoin d'accomplissement personnel (Bergmann et

Sternberg, 2007), pour d'autres, la création de l'entreprise exprime l'exigence de subvenir aux besoins. Ces disparités sont justifiées différemment selon les auteurs (Carrier *et al.*, 2006 ; Giacomini *et al.*, 2010). Pour Verheul *et al.* (2012), elles sont liées aux caractéristiques individuelles qui expliquent des motivations contraintes pour certains et/ou volontaires pour d'autres. Sous un angle sociologique, des recherches recourent à l'impact du genre pour justifier la moindre présence des femmes à des postes à responsabilités et en entrepreneuriat (Kirkwood, 2009 ; Thébaud, 2016). D'autres auteurs considèrent au contraire que l'intention entrepreneuriale des femmes est conditionnée par la perception de leur efficacité personnelle. Elle serait plus faible que celles des hommes avec pour conséquence une intention d'entreprendre moindre (Krueger *et al.*, 2000 ; Langowitz et Minniti, 2007). Les représentations de genre interviendraient également dans le choix sectoriel. Ainsi les femmes seraient plus présentes dans certains secteurs dits féminins tels les services (Brush *et al.*, 2008). Les stéréotypes de genre qui répartissent les rôles des femmes et des hommes dans la société seraient donc une explication cohérente à l'attitude des femmes vis-à-vis de l'activité entrepreneuriale et à leur moindre présence (Mueller et Dato-On, 2008). Récemment, Giacomini *et al.* (2010) s'intéressent au lien motivations / secteur d'activité. Les auteurs montrent ainsi que les créateurs optant pour les secteurs du commerce ou des services sont « principalement guidés par des motivations contraintes » (p. 236) alors que ceux qui se dirigent vers l'industrie ou encore la finance s'inscrivent dans un entrepreneuriat volontaire. Selon Fenwick (2000), l'entrepreneuriat des femmes serait issu d'une intention

hybride à la fois volontaire et contrainte. Ainsi, Giacomini *et al.* (2010) plaident pour un cadre théorique intégrant l'entrepreneuriat contraint volontaire. De ce fait, ils recommandent d'exploiter les événements antérieurs rencontrés par le créateur et de comprendre la façon dont il ou elle les a perçus. Pour l'entrepreneure, la création d'entreprise vient alors en réponse à une situation difficile (Lebague, 2015). Se lancer dans l'aventure entrepreneuriale marque une rupture, un sentiment de frustration ressenti dans la vie professionnelle antérieure (Thébaud, 2016). Selon l'auteur, le manque de reconnaissance, la lassitude professionnelle ou encore la mésentente avec le dirigeant expliqueraient le départ du poste salarié et la création de l'entreprise. Ceci d'autant que les femmes ont tendance à rapporter des souvenirs plus détaillés (Sutin et Robins, 2007). C'est pourquoi nous étudions dans la section suivante le concept de mémoire rattaché à la neuropsychologie et la façon dont il peut être mis au service de la création d'entreprise.

## 2. La mémoire au service de la création d'entreprise

Si récemment de Holan (2014) invite à rapprocher neuropsychologie et entrepreneuriat sous le terme de « neuro-entrepreneurs-hip », le lien entre ces deux disciplines reste à investiguer en portant un intérêt accru à la dimension temporelle. En effet, les interprétations du passé, du présent et du futur façonnent les choix et les actions stratégiques qui seront mis en place par les gestionnaires notamment en période d'incertitudes (Kaplan et Orlikowski, 2012). Dans le champ de l'entrepreneuriat, Bird et West (1997) soulignent également la nécessité d'intégrer

la perspective temporelle parce que les actions présentes sont fondées sur les expériences passées à des fins de création de richesses futures. Jusqu'ici les recherches menées dans ce courant ont questionné les expériences antérieures (Thébaud, 2016) sans pour autant les définir, ni les conceptualiser. Or une expérience antérieure est un souvenir. La capacité à se remémorer les événements du passé ou à se projeter dans l'avenir repose sur les informations stockées en mémoire (Tulving, 1985, 2001). C'est pourquoi nous mobilisons la mémoire autobiographique afin d'étudier le souvenir. Elle conserve en effet les traces mnésiques du passé propre à chaque individu (Tulving, 1985 ; Conway et Pleydell-Pearce, 2000). Dans ces histoires personnelles, les événements intenses en émotions sont plus facilement rappelés et partagés. Ils sont essentiels dans le cadre de cette recherche. Tulving (1985) distingue, au sein même de la mémoire autobiographique, la mémoire épisodique qui contient les souvenirs d'événements personnellement vécus situés dans un contexte spatiotemporel précis. Elle permet à l'individu de voyager mentalement dans le temps en prenant conscience de lui-même dans le présent comme une continuité de ce qu'il a été dans le passé et le prélude de ce qu'il sera dans le futur (Tulving, 2001). La mémoire sémantique complète cette mémoire épisodique pour composer le registre autobiographique. Elle regroupe les connaissances générales qu'un individu possède sur lui-même et sur le monde (Tulving, 1985). Conway et Pleydell-Pearce (2000) reprennent les travaux de Tulving (1985) et considèrent que les souvenirs ne sont pas d'exactes copies d'événements vécus. Au contraire, ils évoquent, en les modifiant, les expériences vécues. Lorsqu'un souvenir est reconstruit,

il correspond par conséquent au mieux à l'expérience vécue (principe de correspondance) tout en étant cohérent (principe de cohérence) avec ce qu'est l'individu, ses aspirations, ses croyances actuelles et l'image qu'il a de lui-même (Conway *et al.*, 2004). Du point de vue des sciences cognitives, la mémoire autobiographique a trois fonctions (Cohen et Conway, 2008). La première, ou fonction d'identité, renseigne un individu sur lui-même au travers de ses expériences passées. La deuxième, dite fonction sociale, permet de communiquer, de créer ou de maintenir des relations sociales. La troisième, fonction d'orientation ou d'adaptation, aide l'individu à recourir à ses expériences passées pour prendre des décisions ou anticiper des scénarii futurs. Pillemer (2001) observe qu'un événement spécifique peut rediriger un parcours de vie. Chez les femmes, les souvenirs associés aux transitions de vie sont d'après lui particulièrement vifs et durables. Puisqu'un souvenir peut façonner une carrière de salarié, il est tout à fait possible qu'il puisse également constituer un élément motivationnel de la création d'entreprise. L'important n'est pas l'épisode vécu en tant que tel mais sa reconstruction sous forme de souvenir et l'interprétation que l'individu en fait pour parvenir à la concrétisation de l'acte (Pillemer, 2001). Nous étudions son apport dans la mise en œuvre d'un accompagnement entrepreneurial adapté de la créatrice.

### **3. La mémoire autobiographique, renfort de l'accompagnement entrepreneurial ?**

Lorsqu'un individu se remémore ses expériences passées ou imagine des expériences

futures possibles, l'imagerie médicale révèle un chevauchement dans l'activité cérébrale (Schacter *et al.*, 2007). S'appuyant sur ces observations, ces mêmes auteurs soutiennent que mémoire et prise de décisions sont étroitement liées. Plus tard, Schacter (2012) conceptualise la pensée future épisodique qui consiste pour un individu, à simuler des événements susceptibles de survenir dans son avenir personnel. Dans le même temps il identifie la pensée contrefactuelle épisodique qui permet la simulation des événements qui auraient pu arriver dans le passé personnel de l'individu mais qui, en réalité, ne se sont pas produits. Les effets de la simulation répétée sur des expériences futures augmentent la probabilité que les expériences simulées se produisent réellement (Schacter, 2012). Elles influencent donc le comportement. Ces derniers travaux rejoignent ceux de Kahneman et Tversky (1982) sur les stratégies développées par l'individu face à l'incertitude qui entoure la prise de décision. Ceci est particulièrement notable dans le champ de l'entrepreneuriat. En effet, Shahidi (2012) souligne l'incertitude dans les premières étapes du processus de création. Mintzberg et Waters (1985) vont plus loin en associant la vision du porteur de projet au processus cognitif qu'ils définissent comme une représentation intellectuelle de la stratégie. Le futur entrepreneur se crée une image, une projection dans l'avenir qui lui permet de se représenter sa future entreprise (Filion, 1990). Or cette projection n'est possible qu'à travers la mémoire autobiographique. Celle-ci, par les mécanismes de simulation mentale, contribue à l'efficacité des intentions de mise en œuvre (Brewer et Marsh, 2010). Ainsi, se projeter dans le rôle de chef

d'entreprise contribuerait à renforcer les intentions de concrétisation. La simulation mentale d'un événement stressant augmente l'impact positif et diminue les émotions négatives vers l'événement. Elle permet ainsi d'accroître l'engagement dans des stratégies d'adaptation (Pham et Taylor, 1999). Des études suggèrent que la manipulation qui vise à accroître la récupération de détails épisodiques d'un événement peut avoir des conséquences bénéfiques pour la réalisation ultérieure de tâches diverses ou la résolution de problèmes (Schacter, 2012).

C'est dans les premières années que la toute jeune entreprise est la plus vulnérable, raison pour laquelle l'accompagnement du créateur revêt toute son importance afin d'augmenter ses chances de survie (Shahidi, 2012). L'accompagnement peut être individuel, centré sur la relation entre l'accompagné et son accompagnateur mais aussi revêtir une dimension collective (Burret et Pierre, 2014). Son objectif, qu'il soit individuel ou collectif, est de transmettre au porteur de projet les ressources nécessaires à la construction de la nouvelle entreprise (Messeghem *et al.*, 2013). L'accompagnement en vient à se personnaliser et à s'adapter aux spécificités des créateurs. Des travaux récents sont consacrés aux créatrices qui choisissent de se regrouper dans un accompagnement dédié pour répondre à des besoins communs : recherche d'un équilibre entre la vie de famille et la vie professionnelle, manque de réseau, manque de confiance en soi, création dans le secteur tertiaire (Kirkwood, 2009 ; Richomme-Huet et D'Andria, 2013 ; Bueno Merino et Duchemin, 2016). Ces dispositifs seraient préconisés pour lutter contre les obstacles auxquels elles font face. L'accompagnement adapté à la créatrice sur lequel nous travaillons se base sur

la définition de [Bueno Merino et Duchemin \(2016\)](#) : l'accompagnement collectif au féminin (ACAF) est « une forme particulière d'accompagnement de la femme entrepreneur, procédant à la fois d'une approche genrée et d'une approche collective de l'accompagnement. Il participe d'une démarche co-construite, basée sur une logique d'interactions et d'influences sociales réciproques, et génère la mise en place d'un cercle de confiance » (p.123). L'ACAF invite les participantes, à travers un jeu coopératif, à se poser des questions à elles-mêmes et devant le groupe. L'animatrice, elle-même chef d'entreprise, joue le rôle de mentor. Elle a recours à l'engagement et au questionnement afin de permettre à la femme qui porte un projet d'aligner sa personnalité avec son projet en renforçant son identité sociale entrepreneuriale ([Lefebvre et Redien-Collot, 2013](#)). Cet accompagnement collectif conduit à l'engagement individuel devant les autres participants. Les questions conduisent la candidate à raconter, à se projeter, à imaginer et décrire son ressenti. Se remémorer les expériences passées, simuler oralement devant le groupe des scénarios à venir et des événements qui auraient pu se produire, contribuent à renforcer la probabilité de l'action future ([Joule et Beauvois, 2002](#)). L'accompagnement en groupe de femmes vient répondre à un besoin de se retrouver entre femmes confrontées à des difficultés antérieures similaires ([Bueno Merino et Duchemin, 2016](#)) : frustration au travail, représentation de genre, besoin de s'exprimer librement sur les réalités de femmes. La comparaison aux autres candidates les rassure et leur permet de gagner confiance en elles. La mémoire est donc un soutien essentiel à l'accompagnement

collectif au féminin car elle contribue à la prise de décision, à la résolution de problèmes et à la régulation de l'émotion ([Schacter, 2012](#)). Finalement, par le questionnement devant le groupe de femmes, ce dispositif s'appuie, sans forcément en avoir une conscience explicite, sur la mémoire pour aider la créatrice à se projeter dans le rôle de futur chef d'entreprise. Ensemble ces connaissances relatives aux motivations, au fonctionnement de la mémoire, et à l'accompagnement nous conduisent à proposer un cadre théorique enrichi qu'il convient de mettre à l'épreuve empiriquement. Il met l'accent chez la femme sur l'importance du souvenir de l'expérience professionnelle passée dans la décision de quitter le salariat pour l'activité entrepreneuriale ([Lebegue, 2015](#) ; [Thébaud, 2016](#)). Il suggère la contribution de la remémoration d'un événement spécifique (mémoire autobiographique) dans la capacité de l'individu à se projeter et à concrétiser l'action future ([Joule et Beauvois, 2002](#) ; [Brewer et Marsh, 2010](#)). Ainsi, raconter publiquement des expériences passées, dans les dispositifs d'accompagnement collectif au féminin contribuerait à libérer la parole et à lever les freins rencontrés ([Bueno Merino et Duchemin, 2016](#)). Au regard de notre état de l'art, trois propositions peuvent être formulées :

**Proposition P1.** Le souvenir de difficultés vécues à différents épisodes du salariat oriente la femme vers la création d'entreprise.

**Proposition P2.** L'interprétation des souvenirs précis racontés, favorise, chez la femme potentiellement créatrice, la probabilité de l'action future.

**Proposition P3.** Pour la femme qui entreprend, la mémoire autobiographique, par la mobilisation de souvenirs vifs et

détaillés racontés vient en support de l'accompagnement en groupe de femmes.

## II – RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Notre recherche empirique souligne le rôle des expériences passées dans un choix contraint pour l'activité entrepreneuriale. Elle démontre comment les mécanismes du souvenir interviennent dans la création de l'entreprise. Ces travaux révèlent l'enjeu de prendre en considération la mémoire autobiographique comme support de l'accompagnement adapté à la femme qui entreprend.

### 1. Expériences passées : sources d'un entrepreneuriat contraint-volontaire

Cent seize entrepreneures ont participé à notre étude (encadré « Profil des répondantes », p. 79). L'analyse des récits met en évidence le poids des expériences passées dans l'orientation vers une carrière entrepreneuriale. Dans le champ de la neuropsychologie, [Schacter \(2012\)](#) insiste sur l'importance de pousser les individus à parler de leurs expériences passées et à imaginer des scénarios à venir. C'est ainsi que nous avons demandé à ces entrepreneures de relater le souvenir de leur

---

## MÉTHODOLOGIE

---

Notre recherche exploratoire fait appel à une méthodologie basée sur une multi-angulation de méthodes d'analyse pour assurer la validité de nos conclusions ([Abrahamson, 1983](#)). Elle consiste à opérer un double traitement du même jeu de données qualitatives. Notre recherche profite grâce à cela des avantages respectifs des démarches qualitative et quantitative. Aucune des deux ne peut en effet prétendre bénéficier du monopole de la rigueur ([Hlady-Rispa, 2002](#)). Une série de 116 entretiens ouverts a été réalisée auprès d'entrepreneures, par formulaire auto-administré, afin de recueillir les souvenirs du salariat. Sur ces bases, les données qualitatives recueillies ont été traitées en deux temps :

1) Un traitement qualitatif par codage à visée théorique puis lexicométrique. En effet, les auteurs soulignent leurs préoccupations quant à l'interprétation et à la subjectivité de l'analyse des données textuelles ([Thiétart et al., 2014](#)). 2) Le recours à l'analyse statistique lexicale informatique pour une étude sans *a priori* et donc objective comme recommandé par [Marghobi \(2019\)](#).

Nous avons pour cela exploité les fonctionnalités lexicométriques du logiciel IRaMuTeQ, « interface de R pour les analyses multidimensionnelles de texte » ([Ratinaud et Dejean, 2009](#), p. 4). L'analyse Alceste (analyse des lexèmes cooccurrents dans les énoncés simples de texte) qui procède par lemmatisation autrement dit par regroupement lexical a permis d'identifier et de classer les grandes familles structurant le discours. L'analyse des similitudes fondée sur la théorie des graphes a contribué à étudier l'association entre les formes actives en procédant à la réduction des liens jusqu'à obtention d'une arborescence ([Delattre et Chanel, 2015](#)).

---



expérience salariale mais aussi l'impact, selon elles, sur leur création d'entreprise. Les chefs d'entreprise révèlent les bons souvenirs vécus mais insistent sur le besoin, à un moment donné, de changer de vie après avoir été confrontées à des expériences douloureuses. En effet les conditions de travail difficiles, le sentiment de frustration, l'insatisfaction au travail, le sexisme, se sont fait ressentir (tableau 1).

Si le salariat a contribué à l'acquisition d'une solide expérience et à la participation à des formations, le manque de reconnaissance, d'indépendance et de flexibilité, accompagné d'un événement marquant ont conduit au choix de quitter le salariat pour créer une entreprise. L'orientation vers la création d'entreprise prend alors la dimension d'entrepreneuriat contraint (P1).

L'analyse des similitudes (figure 1) qui est une approche locale nous permet d'étudier les propriétés de connexité du corpus et de confirmer nos propos. Nous obtenons un graphique en arbre à nœuds représentant les formes laissant apparaître les communautés lexicales qui marquent les relations de voisinage entre ces formes. L'arbre est composé de plusieurs groupes dont deux plus centraux, situés autour des conditions de travail pour l'un, et du management pour l'autre. Le travail contribue à l'acquisition du métier et d'une expérience enrichissante mais souligne toutefois un sentiment de perte de motivations. Il met en avant les mauvaises conditions de travail rencontrées et les exigences liées à la pression du salariat. Les difficultés ressenties, notamment face aux responsabilités familiales et au manque de liberté conduisent à la création d'entreprise. La recherche d'un épanouissement dans la vie, le rapport avec l'employeur et les

collaborateurs conduisent à un besoin de changement. Le départ du salariat apparaît alors comme une nécessité, face aux responsabilités familiales et face au plafond de verre. Le projet entrepreneurial, s'il est une réponse contrainte, est la solution face aux difficultés ressenties et à la perte de motivation : l'entrepreneuriat est donc contraint et volontaire.

Créer son entreprise constitue un nouveau départ qui répond à la fois à un besoin de liberté, à des attentes plus en adéquation avec ses valeurs et sa personnalité. Le manque de reconnaissance et d'écoute s'est fait ressentir, notamment chez les cadres, générant une situation douloureuse, lors d'un épisode particulier qui explique l'activité entrepreneuriale d'aujourd'hui. Elles ont lié leur choix professionnel à cet événement marquant (P1).

### *Interprétation des souvenirs précis et création d'entreprise chez les femmes*

Les souvenirs relatés par les entrepreneures sont vifs. Riches en détails, ils sont fortement liés à leur orientation de carrière. Ainsi, quand elles racontent les raisons de la création d'entreprise, elles ont recours à des événements spécifiques pour expliquer leur changement de vie professionnelle : « il m'a fallu cette dernière dispute avec mon dernier employeur pour me dire que le moment était venu pour moi de réaliser ce qui me tenait à cœur depuis plusieurs années : travailler (enfin) pour soi ». Chaque participante décrit les bons souvenirs comme les mauvais. Cette interrogation rétrospective montre l'importance des événements spécifiques rencontrés antérieurement. Chaque souvenir est associé à la création d'entreprise et l'explication

**Tableau 1** – Matrice inter-sites du souvenir du salariat

Code	Verbatim
<b>Conditions de travail difficiles</b>	« Pas maître de mon emploi du temps, mauvaise ambiance de travail, direction pas à l'écoute des salariés, inégalités au travail, conditions de travail plus que déplorable. Des souvenirs d'exploitation et d'humiliation. »
	« Les 3 dernières années de ma vie professionnelle salariée n'ont pas été source d'épanouissement pour moi : stress, fatigue nerveuse et physique, détérioration de la vie sociale. Je ne reconnaissais plus mes valeurs dans les attentes de la profession et j'ai vite ressenti un besoin de lâcher prise pour envisager une reconversion et voler de mes propres ailes. J'étais exploitée et pas rémunérée à ma juste valeur. »
	« Au bout de 7 ans, j'ai fait un burnout et suis tombée malade. Comme je ne pouvais (ni ne voulais) plus travailler au même rythme, c'est-à-dire, abattre le travail de 3 personnes à temps plein, mon supérieur a fini par me considérer comme un meuble. »
<b>Frustration</b>	« Mon expérience a été formatrice et m'a permis de me construire pour pouvoir être ce que je suis aujourd'hui et être indépendante. Mais durant cette période salariée, j'ai dû brider mes initiatives et j'ai eu des frustrations, c'est pourquoi le statut que j'ai aujourd'hui est plus enrichissant pour moi. »
	« Mes souvenirs en tant que salariée sont plutôt positifs. J'ai toujours aimé mon travail, seul le poids administratif trop rigide m'importunait. Je me sentais prise dans un carcan et avec un grand manque de liberté. »
	« J'ai l'impression d'avoir beaucoup donné, pour peu de reconnaissance. J'ai un souvenir de pression permanente et de manque d'humanité... »
<b>Insatisfaction</b>	« Un an après, nouvel aiguillage défini par le conseil d'administration, en plein désaccord avec mes fondamentaux et valeurs, je fais un burnout au bout de deux années de fonction : sentiment d'insatisfaction permanente de la part des usagers, financeurs, familles, administrateurs, salariés, etc. Charge de travail exponentielle. Perte de sens et de motivation. »
	« Hypocrisie, exigence, manque de sens, stagnation, ennui, manque d'estime de soi, manque de reconnaissance, pression, manque de solidarité. »
<b>Sexisme</b>	« À être constamment rabaisée, et à entendre tous les jours : « il faut savoir se remettre en question et se poser les bonnes questions », j'ai franchi le cap d'exercer mon art à temps plein et de démissionner de mon emploi. J'étais salariée à temps partiel, et en autoentreprise en emploi secondaire. »
	« J'ai vécu bien trop de trucs hallucinants pour pouvoir les écrire, même quand un homme me donne un marteau, il précise que c'est un peu lourd, alors vous pouvez imaginer ce que l'on peut me dire en tant que femme avec un taille haie ou une tronçonneuse dans la main, moi on me demande si j'ai des diplômes, mais pas à un homme. »
	« J'ai du mal à considérer que mon travail a une valeur réelle, surtout face à la puissance remarquable d'un homme, enfin, c'est ce que l'on m'a collé dans la tête depuis trop longtemps. »

rapportée l'est avec précision et minutie. Pourtant, volontairement, la formulation de nos questions n'invitait pas à relater un souvenir spécifique. Malgré cela, la plupart des répondantes ont raconté un souvenir singulier confirmant qu'un souvenir épisodique peut orienter une vie. Nous notons la finesse des restitutions grâce à la matrice intersite (tableau 2). Le couple « souvenir du salariat » / « création d'entreprise » met en lumière le mécanisme au cœur de l'interprétation du souvenir.

La classification descendante hiérarchique qui découle de l'analyse Alceste vient renforcer l'interprétation obtenue par codage théorique manuel. Ancrée sur l'appartenance (Delattre et Chanel, 2015), celle-ci procède en des croisements automatiques des unités textuelles (Ratinaud et Marchand, 2009). Dans notre cas, trois classes sont identifiées. Le lien étroit entre la classe principale (classe 1) représentant le projet de création d'entreprise et la classe 3

relative aux souvenirs du salariat est mis en évidence par un nœud (dendrogramme figure 2). Cette analyse confirmatoire vient appuyer les résultats obtenus soulignant l'itinéraire du souvenir et ses incidences passé – présent sur la concrétisation du passage à l'acte (P2).

## 2. La mémoire : support de l'accompagnement de la créatrice

La collecte de données primaires nous permet de présenter l'incubateur Caen la mer by Les Premières<sup>1</sup> et son dispositif. Cette structure a développé une méthode d'accompagnement pour initier le projet lors de l'émergence de l'idée. Il s'agit d'un accompagnement collectif dédié aux créatrices. Il repose sur trois programmes : un programme « start » permettant de tester l'idée à partir d'ateliers collectifs. Il consiste en un jeu coopératif qui conduit la créatrice à raconter ses expériences

---

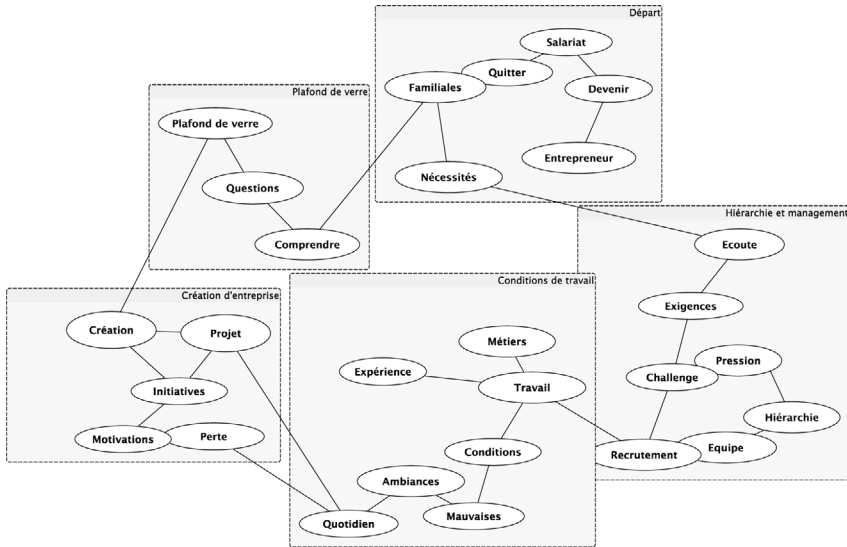
### PROFIL DES RÉPONDANTES

---

- Statut actuel : 116 entrepreneures ;
  - Durée moyenne du salariat : 15 ans ;
  - 84 % étaient en contrat à durée indéterminée (CDI) ;
  - 50,7 % de cadres ;
  - Secteur d'activité salariée : service aux entreprises (30,8 %), commerce (20,5 %) ;
  - Fin de contrat par rupture amiable (40 %), démission (18 %), licenciement (5 %) ;
  - 100 % ont créé leur entreprise ;
  - Temps moyen nécessaire à la création : 9 mois ;
  - Statut juridique : autoentreprise ou microentreprise (47 %), société anonyme ou à responsabilité limitée (39 %) ;
  - Secteur d'activité entrepreneuriale : services aux entreprises (64 %).
- 

1. Caen la mer by Les Premières : dispositif d'accompagnement en groupe de femmes à la création d'entreprise, incubateur de la communauté urbaine Caen la mer.

**Figure 1** – Graphique des similitudes sur formes actives



passées pour analyser ses forces et ses faiblesses. Une fois la création décidée, la créatrice s’engage dans le programme « Go » sur quatre à dix mois pour construire son projet. Enfin, elle peut bénéficier de l’accompagnement « Boost » afin de développer son entreprise (post-crédation). Dans notre cas nous nous intéressons plus particulièrement au programme « Start » ante-crédation. Cette méthode d’accompagnement en groupe de femmes est proposée afin de libérer la parole dans la bienveillance, de rassurer par la mise en place d’un cercle de confiance et ainsi de lever les freins psychologiques venant entraver la création (Bueno Merino et Duchemin, 2016). Les propos racontés par les entrepreneures interviewées relatent « le sexisme et l’incohérence du milieu » dans lequel les femmes interrogées travaillaient. Ces difficultés les ont poussées vers la création de leur propre entreprise afin de se reconnecter à leurs valeurs et au besoin de

faire quelque chose d’utile pour la société. L’une d’elle avoue avoir été constamment rabaissée et ce, tous les jours. Ces obstacles ont généré un manque de confiance en elle. Elle a choisi de démissionner pour créer son entreprise mais aussi « être plus libre pour me dédier à ma vie de famille ». Après cet épisode, « se reconstruire et créer a été extrêmement difficile ». L’accompagnement en groupe de femmes proposé par Caen la mer by Les Premières conduit la créatrice à s’interroger sur elle-même, par introspection et à réaliser, devant le groupe, une analyse en racontant ses souvenirs ou en l’invitant à imaginer des scénarios grâce à des questions telles que « quel est l’un de tes meilleurs souvenirs professionnels ? Quelles sont les racines de ce qui est en train de pousser ? Imagine et décris-nous ce que tu vas créer. Si tu ne réussis pas à créer ton entreprise, en quoi cela pourrait-il être positif pour toi ? Quelle est la probabilité pour que tu réussisses dans la création de ton entreprise ?

**Tableau 2** – Matrice intersite souvenir / impact sur la création d'entreprise

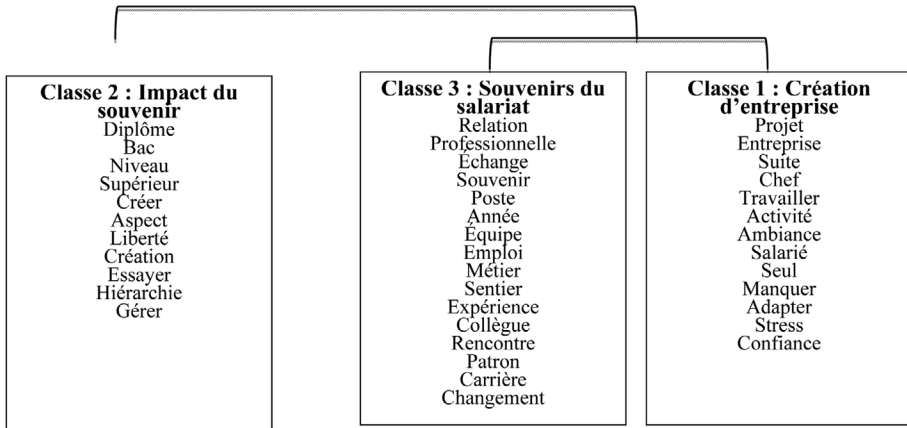
	<b>Matrice intersite</b>
Cas 24 Souvenir du salariat	« Beaucoup de travail pour des résultats peu satisfaisants, à cause des changements réguliers d'orientation du conseil d'administration. »
Cas 24 Création d'entreprise	« Le sexisme et l'incohérence du milieu dans lequel je travaillais m'ont poussée à créer mon entreprise pour me reconnecter à mes valeurs et à mon besoin de faire quelque chose d'utile pour la société. »
Cas 41 Souvenir du salariat	« Mes souvenirs en tant que salariée sont plutôt positifs. J'ai toujours aimé mon travail, seul le poids administratif trop rigide m'importunait. Je me sentais prise dans un carcan et avec un grand manque de liberté. J'ai donc créé mon entreprise. »
Cas 41 Création d'entreprise	« L'impact de mes souvenirs de salariée sur ma création d'entreprise sont de 3 ordres : 1) la possibilité d'être libre d'organiser mon emploi du temps et de gérer mes horaires de travail ; 2) la rigueur nécessaire dans mon travail et la réactivité qui aujourd'hui me sont utiles par rapport à mes clients ; 3) Le travail en groupe et en pluridisciplinarité. »
Cas 45 Souvenir du salariat	« En tant que salarié, je n'ai que très rarement eu l'occasion de m'exprimer totalement. J'aime le travail varié, le fonctionnement en projets. La routine n'est pas faite pour moi. J'avais besoin qu'on ait confiance en moi et que mes responsables reconnaissent mon travail. J'ai parfois eu l'impression de tout donner, de m'épuiser sans que cela se voit. »
Cas 45 Création d'entreprise	« Créer une entreprise a été pour moi l'opportunité de donner le meilleur de moi-même et de me lancer un défi. Je peux aujourd'hui "choisir" certaines missions et en refuser d'autres. Je n'attends plus de reconnaissance, je fais mon travail et je sais que je le fais bien. J'ai gagné en confiance en moi. L'activité est en train de monter en puissance, je rencontre beaucoup de monde ce qui me permet de continuer à développer mes connaissances et mes compétences. Je ne fais jamais la même chose, et en plus de mes connaissances de base, aujourd'hui je dois appréhender l'aspect entreprise de ma fonction. Je suis beaucoup plus sereine, je ne m'épuise plus à essayer d'être toujours meilleure et sans faille. Je fais ce que je sais faire, et j'essaie de sortir de ma zone de confort pour progresser. »

Qu'est-ce qui t'angoisse, t'inquiète concernant la création de ton entreprise ? »

Une entrepreneure explique s'être entourée de son réseau et s'être appuyée sur ce dispositif au féminin pour « construire du collectif avec d'autres femmes ». Nous identifions là l'importance d'un travail dans

une dimension collective de la mémoire. En effet, dans la phase de construction du projet, se remémorer son expérience de salariée soulève des émotions. Celles-ci sont exprimées et partagées publiquement devant le groupe de femmes en y trouvant une réponse. Se raconter publiquement,

**Figure 2** – Classification descendante hiérarchique (dendrogramme)



s’imaginer entrepreneure, lors de l’accompagnement, permet de dépasser ces situations de frustration : « Normandie pionnières nous accompagne sur nos questionnements et nos besoins de prise de confiance au démarrage de l’entreprise. » Nos résultats soulignent l’importance du questionnaire du souvenir pour lever les inquiétudes face à la future carrière entrepreneuriale. La mémoire autobiographique ainsi sollicitée revêt alors une fonction support de l’accompagnement en groupe de femmes dans la levée des freins. L’analyse Alceste du corpus de texte distingue trois grandes familles de discussion soulignant le poids du souvenir du salariat. Elle marque, chez nos répondantes, la nécessité de créer l’entreprise pour travailler seules. Pour la femme qui entreprend, la mémoire autobiographique, par la mobilisation de souvenirs vifs et détaillés ainsi racontés vient soutenir l’accompagnement en groupe de femmes (P3). Il actionne les leviers pour favoriser la décision tout en permettant à la créatrice de gagner en confiance.

## DISCUSSION ET CONCLUSION

L’objectif de cette recherche était de comprendre les mécanismes du souvenir du salariat dans le choix de la création d’entreprise afin de les intégrer dans le processus d’un accompagnement entrepreneurial adapté de la créatrice. Une nouvelle perspective a donc été adoptée par le recours à la mémoire autobiographique. L’originalité de ce travail tient en plusieurs points. Il s’ancre dans le champ de l’entrepreneuriat afin d’appréhender les raisons qui ont conduit les femmes vers une carrière entrepreneuriale. Pour ce faire, il utilise la mémoire des créatrices à travers le souvenir laissé par leur expérience professionnelle antérieure. La mobilisation de la mémoire autobiographique empruntée à la neuropsychologie enrichit la connaissance des rouages de l’accompagnement entrepreneurial de la femme. Nos travaux confortent les recherches antérieures (Kirkwood, 2009 ; Bueno Merino et Duchemin, 2016). En effet, ils montrent que le poids des

représentations est prégnant dans le salariat. La création d'entreprise est bien expliquée par une situation de frustration pendant l'activité salariale (Thébaud, 2016). Les entrepreneures ont été confrontées à des situations douloureuses. Elles racontent le besoin de flexibilité, le manque de reconnaissance, le sexisme, qui les ont poussés à quitter le salariat pour créer leur entreprise. Toutefois, nos résultats permettent de préciser que le souvenir spécifique tel qu'il est interprété et réinterprété plutôt que l'évènement en lui-même explique la création de l'entreprise (Pillemer, 2001). Nous observons au travers de notre étude que l'histoire de ces femmes est organisée autour de ce souvenir spécifique : la dernière dispute avec l'employeur, une situation de sexisme, une mauvaise condition de travail, etc. Tout cela a suscité chez elles le besoin d'un nouvel horizon représenté par la création de leur propre entreprise. La mémoire autobiographique conduit la créatrice, en se remémorant ses expériences passées, à ajuster son comportement pour se permettre d'atteindre ses objectifs, de planifier ses actions ou d'ajuster sa motivation (Conway *et al.*, 2004). La littérature dédiée aux femmes qui entreprennent identifie des freins à la création d'entreprise et la nécessité de mettre en place un accompagnement adapté de la créatrice pour lever les barrières. Les stigmates de l'emploi précédent et l'accompagnement collectif au féminin proposé par Bueno Merino et Duchemin (2016) est alors nécessaire pour les dépasser. L'exercice du questionnement par introspection tel que l'accompagnement collectif au féminin de l'incubateur Caen la mer by Les Premières fait appel au souvenir d'un évènement épisodique pour lever les freins. En effet,

il invite la créatrice à s'interroger sur les racines de son projet. Ce sont ces racines qui forgent ce qu'elles sont, pour construire leur avenir (Pillemer, 2001). Les échanges entre femmes dans un cercle bienveillant amènent à déconstruire les représentations de genre, à se rassurer pour s'autoriser la création (Bueno Merino et Duchemin, 2016). Notre travail confirme le résultat de ces derniers auteurs tout en apportant un élément nouveau : le rôle de la mémoire autobiographique. Amener ces femmes à se projeter publiquement dans leur fonction de chef d'entreprise contribue à lever l'incertitude et augmente la probabilité de la concrétisation de l'acte (Schacter, 2012). Le souvenir vif influence leur comportement à venir et renforce ainsi l'accompagnement mené. La recherche en sciences de gestion dans le champ de l'entrepreneuriat a montré la nécessité d'un accompagnement adapté de la créatrice pour dépasser les barrières (Lebègue, 2015 ; Bueno Merino et Duchemin, 2016). Nous montrons ici comment le concept de la mémoire emprunté à la neuropsychologie peut contribuer à améliorer l'accompagnement entrepreneurial et à mieux expliquer ses effets. Nous enrichissons ainsi la compréhension des mécanismes au cœur de l'accompagnement de la créatrice par une lecture transversale entre les sciences de gestion et les sciences cognitives. En termes de contributions managériales, nos travaux confirment l'intérêt des dispositifs d'accompagnement en groupe de femmes et le développement des clubs et réseaux affinitaires de femmes salariées (Bruna, 2013 ; Lebègue, 2015 ; Santoni, 2018). Il encourage le recours aux souvenirs autobiographiques dans les processus d'accompagnements de la créatrice. Le

questionnement introspectif et les exercices de simulation en phase ante-crédation par le jeu coopératif, en groupe de femmes sont à développer pour ancrer davantage la créatrice dans son projet, lever les doutes et favoriser le passage à l'acte.

Toutefois, ces conclusions doivent être considérées avec précaution. L'étude des mécanismes et de l'implication de la mémoire autobiographique dans le champ de l'accompagnement entrepreneuriale reste exploratoire. À ce titre, elle présente des limites et ouvre à des pistes de recherches. Il serait ainsi judicieux de poursuivre ce

travail en tenant compte de l'intention entrepreneuriale et de ses antécédents. Dans cette nouvelle perspective de recherche, nous proposons de mesurer l'impact des souvenirs sur l'intention entrepreneuriale des femmes. Par ailleurs, nos travaux ont centré leur attention sur l'accompagnement en phase ante-crédation. La mémoire autobiographique est une mémoire également orientée vers le futur. Il serait alors intéressant d'étudier son impact dans les premières années de la jeune entreprise (de 1 à 5 ans) autrement dit sur le post-accompagnement.

#### BIBLIOGRAPHIE

- Abrahamson M. (1983). *Social Research Methods*, Prentice-Hall.
- Bird B.J. et West P.G. (1997). "Time and entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 22, n° 2, p. 5-9.
- Bergmann H. et Sternberg R. (2007). "The changing face of entrepreneurship in Germany", *Small Business Economics*, vol. 28, n° 2-3, p. 205-221.
- Bluedorn A.C. et Denardt R.B. (1988). "Time and organizations", *Journal of Management*, vol. 14, p. 299-320.
- Brewer G.A. et Marsh R.L. (2010). "On the role of episodic future simulation in encoding of prospective memories", *Cognitive Neuroscience*, vol. 1, n° 2, p. 81-88.
- Bruna M. (2013). « Du « bon usage » des réseaux sociaux en entreprise : le cas de figure des cadres-femmes aux États-Unis », *Management International*, vol. 17, n° 4, p. 14-33.
- Brush C., Manolova T. et Edelman L. (2008). "Separated by a common language? Research across the Atlantic", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15, n° 4, p. 418-420.
- Bueno Merino P. et Duchemin M.-H. (2016). « Enjeux de la différenciation selon le genre de l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice », *Management International*, vol. 20, n° 4, p. 90-112.
- Burret A. et Pierre X. (2014). « L'apport des espaces de travail collaboratif dans le domaine de l'accompagnement des entrepreneurs : l'animation de réseaux de pairs », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 13, n° 1, p. 51-73.
- Carrier C., Julien P.A. et Menvielle W. (2006). « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », *Gestion 2000*, vol. 31, n° 2, p. 36-50.



- Cohen G. et Conway M.A. (2008). "Memory in the real world", London : *Psychology Press*, vol. 3, p. 21-90.
- Conway M.A., Singer J.A. et Tagini A. (2004). "The self and autobiographical memory: Correspondence and coherence", *Social Cognition*, vol. 22, n° 5, p. 491-529.
- Conway M.A. et Pleydell-Pearce C.W. (2000). "The construction of autobiographical memories in the self-memory system", *Psychological Review*, vol. 107, n° 2, p. 26-288.
- Cornet A. et Constantinidis C. (2004). « Entreprendre au féminin une réalité multiple et des attentes différenciées », *Revue française de gestion*, n° 151, p. 191-204.
- Delattre L. et Chanel O. (2015). "Combining discourse analyses to enrich theory: The case of local land-use policies in South Eastern France", *Ecological Economics*, vol. 113, p. 60-75.
- Fenwick T. (2000). "Women entrepreneurs: A critical review of the literature", working paper, University of Alberta, p. 1-16.
- Filion L.J. (1990). "Vision and relations: Elements for an entrepreneurial meta-model", *Actes de la dixième conférence annuelle de Babson sur la recherche entrepreneuriale*, N.C. Churchill et W.C. Bygrave, Babson Collège, MA., 4-6 avril, p. 57-71.
- Fouquet A. (2005). « Les femmes chefs d'entreprise : le cas français », *Travail, genre et sociétés*, n° 13, p. 31-50.
- Giacomin O., Janssen F., Guyot J.-L. et Lohest O. (2010). « Entrepreneuriat contraint et volontaire : quel impact sur le choix sectoriel des entrepreneurs ? », *Revue internationale PME*, vol. 23, n° 3-4, p. 211-243.
- Gupta K., Turban D.B. et Bhawe N. (2008). "The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, vol. 9, n° 5, p. 1053-1061.
- Hlady-Rispal M. (2002). *La méthode des cas : Application à la recherche en gestion*, De Boeck Supérieur.
- Holan P.M. (de) (2014). "It's all in your head: Why we need neuroentrepreneurship", *Journal of management Inquiry*, vol. 23, p. 93-97.
- Holmquist C. et Carter S. (2009). "The Diana project: Pioneering women studying pioneering women", *Small Business Economics*, vol. 32, n° 2, p. 121-128.
- Joule R.-V. et Beauvois J.-L. (2002). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses Universitaires, Grenoble.
- Kahneman D. et Tversky A. (1982). "The psychology of preferences", *Scientific American*, vol. 246, n° 1, p. 160-173.
- Kaplan S. et Orlikowski W.J. (2012). "Temporal work in strategy making", *Organization Science*, vol. 24, n° 4, p. 965-995.
- Kirkwood J. (2009). "Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 1, n° 2, p. 118-133.

- Krueger N., Reilly M. et Carsrud A. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, p. 422-432.
- Langowitz N. et Minniti M. (2007). "The entrepreneurial propensity of women", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 3, p. 341-364.
- Lebègue T. (2015). « L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures. Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ? », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 15, n° 2-3, p. 112-138.
- Lefebvre M.R. et Redien-Collot R. (2013). "How to do things with words: The discursive dimension of experiential learning in entrepreneurial mentoring dyads", *Journal of Small Business Management*, vol. 51, n° 3, p. 370-393.
- Marghobi E. (2019). « Analyses statistiques lexicales : une véritable aide à la disposition des recherches qualitatives en tourisme, notamment en matière d'éthique », *Management @ Avenir*, n° 107, p. 165-184.
- Messeghem K., Sammut S., Chabaud D., Carrier C. et Thurik R. (2013). « L'accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance ? », *Management International*, vol. 17, n° 3, p. 65-71.
- Mintzberg H. et Waters J.A. (1985). "Of strategies, deliberate and emergent", *Strategic Management Journal*, vol. 6, p. 257-272.
- Pham L.B. et Taylor S.E. (1999). "From thought to action: Effects of process- versus outcome-based mental simulations on performance", *Personality and Social Psychology*, vol. 25, p. 250-260.
- Pillemer D.B. (2001). "Momentous events and the life story", *Review of General Psychology*, vol. 5, n° 2, p. 123-134.
- Ratinaud P. et Dejean S. (2009). « IRaMuTeQ : Implementation de la méthode Alceste d'analyse de texte dans un logiciel libre », *Modélisation Appliquées aux Sciences Humaines et Sociales* (MASHS 2009).
- Ratinaud P. et Marchand P. (2009). « Application de la méthode Alceste aux "gros" corpus et stabilité des "mondes lexicaux" : Analyse du "CableGate" avec IRAMUTEQ », *Lexicometrica*, p. 836-844.
- Richomme-Huet K. et D'Andria A. (2013). « L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs », *Management International*, vol. 17, n° 3, p. 101-111.
- Santoni J. (2018). « Quels processus pour répondre aux besoins spécifiques des entrepreneures ? », *Entreprendre & Innover*, vol. 1, n° 36, p. 29-40.
- Schacter D.L., Addis D.R. et Buckner R.L. (2007). "The prospective brain: Remembering the past to imaging the future", *Nature Reviews Neuroscience*, vol. 8, p. 657-661.
- Schacter D.L. (2012). "Adaptative constructive processes and the future of memory", *American Psychologist*, vol. 67, p. 603-613.

- Schwartz E.B. (1976). "Entrepreneurship: A new female frontier", *Journal of Contemporary Business*, vol. 5, n° 1, p. 47-76.
- Shahidi N. (2012). « Les jeunes entrepreneurs nécessitent-ils un accompagnement particulier ? Le cas français », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 25, n° 1, p. 57-74.
- Shipp A.J. et Cole M.S. (2015). "Time in individual-level organizational studies: What it is, how it is used, and why isn't it exploited more often?", *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, vol. 2, p. 237-260.
- Sutin A.R. et Robins R.W. (2007). "Phenomenology of autobiographical memories: The memory experiences questionnaire", *Memory*, vol. 15, n° 4, p. 390-411.
- Thébaud S. (2016). "Passing up the job: The role of gendered organizations and families in the entrepreneurial career", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 40, n° 2, p. 269-287.
- Thiéart R.A., Allard-Poési F., Angot J. et al. (2014). *Méthodes de recherche en management*, 4<sup>e</sup> édition, coll. « Management Sup », Dunod.
- Tulving E. (1985). "Memory and consciousness", *Canadian Psychologist*, vol. 26, p. 1-12.
- Tulving E. (2001). "Episodic memory and common sense: how far apart?", *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, vol. 356, p. 1505-1515.
- Verheul I., Thurik R., Grilo I. et Nan Fer Zwan. (2012). "Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality", *Journal of Economic Psychology*, vol. 33, p. 325-341.