

Dirigeantes artisanales et entrepreneures : variations d'imaginaires de l'entrepreneuriat au féminin autour du numérique

Craft leaders and women entrepreneurs: variations of women entrepreneurship imaginaries around digital activities

Johanna Camp¹

¹ Laboratoire DICEN IDF, Conservatoire National des Arts et Métiers, France, johanna.camp@lecnam.net

RÉSUMÉ. En fonction des secteurs d'activités, les créatrices et dirigeantes d'entreprises peuvent présenter des identités variables entre préservation des savoir-faire manuels et innovation organisationnelle. En nous basant sur l'analyse des interactions de 26 entreprises accompagnées à la création d'entreprise et au numérique par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat Centre-Val de Loire, nous proposons de comprendre les imaginaires communs et les préférences d'artisanes, créatrices de start-ups et entreprises industrielles valorisant l'artisanat au féminin. Quelle femme entrepreneure est-on lorsqu'on ne rentre pas dans les « cases bancaires », que l'on favorise la richesse des rencontres ou la polyvalence et le confort de vie ? Pour y répondre, nous évaluons les distances transactionnelles entre les entreprises d'artisanes et les entreprises menées par ou valorisant les femmes, startup ou ateliers de fabrication. En mobilisant la territorialisation des transactions coopératives, nous en analysons les impacts pour l'accompagnement, la place du numérique et la construction négociée d'un imaginaire commun de l'entrepreneuriat au féminin.

ABSTRACT. Depending on business activities, women owners can showcase various identities from manual know-how preservation to innovation. Analyzing interactions of 26 enterprises being supported for their creation and digitalization by the Chamber of Craft and Trades Centre-Val de Loire, we propose to explore common imaginaries and preferences of craftwomen, startup owners and industrial enterprises highlighting women craft. What type of women entrepreneur are we when we don't "check the bank boxes", favoring richness of encounters or polyvalence and life comfort? Our response is based on evaluating transactional distances between women craft owners and businesses, startups or manufacturers, ran by or showcasing women. Mobilizing territorialization of cooperative transactions, we analyze the impacts for business support activities, the place of digital and the negotiated construction of a common imaginary of women entrepreneurship.

MOTS-CLÉS. Innovation, organisation, transactions coopératives, entrepreneures, artisanat.

KEYWORDS. Innovation, organization, cooperative transactions, women entrepreneurs, craft.

1. Introduction : imaginaires variables de l'entrepreneuriat et du leadership au féminin de l'artisanat aux startups du numérique

Créatrices ou dirigeantes d'entreprises artisanales, de startups ou d'entreprises de services numériques, les entrepreneures révèlent des identités contrastées, selon qu'elles dirigent des équipes ou qu'elles créent seules leur activité. Elles peuvent partager un sens de l'engagement citoyen commun en défendant la préservation de l'environnement, les savoir-faire artisanaux, dans le même temps qu'elles présentent des pratiques numériques variées dans la communication sur les réseaux sociaux ou le recours à des plateformes de vente en ligne. C'est le cas des entreprises, menées par des femmes ou valorisant l'artisanat au féminin, rencontrées dans le cadre du projet FabCVL¹, qui observe la transition numérique des artisans en région Centre-Val de Loire au sein de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat (CMA CVL). Certaines participantes préparent des concours de pâtisserie locaux pour valoriser leur savoir-faire, d'autres accompagnent des montées en compétences grâce à des formations de managers. Dans ces récits, nous nous interrogeons sur la variation des postures de ces dirigeantes d'entreprises. Une diversité de situations influe sur l'imaginaire commun de l'entrepreneuriat féminin que les participantes

¹ Projet de thèse en Cifre menée de 2022 à 2025 à la CMA CVL de Châteauroux dans l'Indre (36).

contribuent à construire. Quelles variations culturelles peut-on observer entre une dirigeante de startup et une artisane d'art ? Quel imaginaire de l'entrepreneuriat ont-elles en commun ?

C'est ce que nous cherchons à observer au sein de la CMA CVL, organisme d'accompagnement et de représentation des entreprises artisanales. Pour cette chambre consulaire, les dirigeantes observées dans notre étude appartiennent à des secteurs différents : elles entretiennent chacune des cultures et connaissances d'organisation qui leur sont propres. Comme l'exprime une des participantes, la création d'entreprise par les femmes peut dans ce cas « relever de la haute-couture ». Les parcours des participantes diffèrent : certaines sont des reconverties, d'autres des artistes, d'autres des multi-entrepreneures. Les ambitions que ces femmes nourrissent sont d'ordre divers : la création d'un service de proximité par exemple, en proposant des ateliers créatifs on en souhaitant redonner vie à des centres-bourgs de villages ruraux. D'autres expriment la volonté de s'étendre sur de nouveaux marchés, en proposant des formations zéro-déchets à des entreprises, ou en contactant de nouveaux clients dans des régions limitrophes. Une créatrice de startup explique d'ailleurs faciliter les relations entre collectivités, associations et entreprises artisanales.

Les activités FabCVL et la Fibre Créative, qui valorisent les femmes de l'artisanat et leur innovation numérique², sont menées entre 2023 et 2025. L'étude de l'Observatoire présentée dans ce cadre note que le secteur du bâtiment présente 3% de femmes dirigeantes en région en 2023, en contraste avec celui de la production qui atteint 49%. Ces taux diffèrent de la répartition sectorielle des entreprises la même année: 36% des entreprises artisanales relèvent du bâtiment, 15% seulement pour la production. Face à de telles variations, nous souhaitons comprendre si le référentiel des créatrices d'entreprise artisanales diffère de celui des autres, et comment. Lors d'un événement, une participante créatrice d'entreprise explique « qu'elle ne rentre pas dans les cases bancaires ». Quelle entrepreneure est-on lorsqu'on ne rentre pas dans de telles cases, quelles opportunités s'offrent à nous et à quels obstacles s'expose-t-on ?

2. Objectifs et plan

Comprendre cette différenciation permettrait d'une part d'interroger l'importance de l'influence du contexte, du parcours et des moyens dans l'accessibilité d'un imaginaire commun d'une posture d'entrepreneure ou de dirigeante. Un tel éclairage mènerait d'autre part à considérer les politiques d'accompagnement, la valorisation des entreprises et des outils numériques, de l'innovation, en prenant en compte des variations de pratiques ou de valeurs. La thèse en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) menée au sein de la CMA CVL nous permet de décrypter cela. Elle fournit un cadre théorique fondé sur la territorialisation en Sémiotique des Transactions Coopératives, et offre donc un angle relationnel et situé aux métiers, parcours et contextes des créatrices [CAM 25]. Nous en reprenons ici la méthodologie pour caractériser les variations de valeurs, de pratiques et de milieux d'activités entre des collectifs de diversité ontologique [ZAC 16], c'est-à-dire que l'on peut comparer en fonction de thématiques d'activités ou de priorités communes. C'est cette approche qui nous permettra de comprendre les variations d'imaginaires projetés entre des collectifs différents, mais également les activités et pratiques liées à cet imaginaire. Nous nous appuyons sur l'évaluation des distances et ruptures possibles entre les collectifs observés. Notre apport consiste *in fine* en une grille d'analyse des distances transactionnelles entre les entrepreneures et dirigeantes de secteurs différents.

Si la présente étude s'appuie essentiellement sur les données du projet de recherche FabCVL, complétée d'un terrain effectué lors d'une mission de cheffe de projet au sein de la CMA CVL dans l'Indre, elle s'attache à revisiter ce corpus sous le prisme d'un imaginaire projeté de l'entrepreneure. Cette problématique, sensiblement différente de la transformation des métiers et des activités avec le numérique qui constitue l'objet de la thèse, nous demande de reconstituer notre corpus de données autour des valeurs, pratiques et milieux mentionnés par les participantes du programme FabCVL en 2023, 2024 et 2025. Nous pourrions ainsi en effectuer une comparaison longitudinale, en plus d'une comparaison

² Projet faisant partie des activités FabCVL 2024 : <https://proxiscope.ricod.net/index.php/la-fibre-creative/>

inter-collective, ce qui constitue un apport méthodologique additionnel par rapport à la thèse. Dans une présentation terrain, nous comparons leurs contextes, parcours et ambitions. Nous proposons ensuite un cadre théorique pour comprendre comment les entrepreneures et dirigeantes construisent ces imaginaires communs. Notre méthodologie des territoires-projets est ensuite déclinée pour aboutir à la constitution de la grille d'analyse des distances transactionnelles. Cette dernière nous permet d'interpréter les variations de valeurs, pratiques et activités observées dans une partie de discussion. Nous abordons les impacts sur l'accompagnement, la place des territoires et des financements. Les variations et distances explicitent enfin la place du numérique ainsi que les variations de valeurs projetées dans une identité co-construite et négociée par les créatrices et dirigeantes observées.

3. Présentation du terrain : accompagnement de l'entrepreneuriat au féminin

3.1. Femmes artisanes et entrepreneures

Le terrain sur lequel nous nous situons est celui des activités de création d'entreprise portées par 26 créatrices observées en région Centre-Val de Loire entre 2023 et 2025. Depuis Châteauroux dans l'Indre, nous menons des activités d'accompagnement au numérique : formation des collaborateurs et des artisans au réseaux sociaux, à l'usage éthique de l'IA générative, prise en main d'outils de gestion de la relation client... Le corpus contient ainsi un ensemble d'interactions, de participations, d'observations terrain et d'interventions catégorisées en milieux d'activités, valeurs et pratiques dans des situations variées. Nous caractérisons notamment les activités de l'entreprise, leur contexte de création, les visions du numérique des entrepreneures mais également leurs contraintes d'activité et leurs priorités de transition numérique.

Ces dernières peuvent varier dans une région qui réunit 74 000 entreprises artisanales en 2024³, et près de 170 000 entreprises en général⁴. Dans l'artisanat et dans l'Indre en particulier, 27% des entreprises sont dirigées par des femmes en 2022 contre 30% en 2024, ce qui est la moyenne nationale. Réparties entre les secteurs de la production, du bâtiment, des services et de l'alimentaire, les entreprises artisanales présentent près de 280 métiers, avec différents niveaux de féminisation. Dans le secteur de la production dans l'Indre en 2024, ce sont 47% des entreprises qui sont dirigées par des femmes. Sur notre terrain, une participante de ce secteur en 2024 explique par exemple qu'elle utilise les ateliers partagés d'une manufacture de proximité pour échanger des bonnes pratiques avec d'autres corps de métiers. Ce taux n'est que de 6% dans le secteur du bâtiment. En 2025, une ouvrière de ce secteur nous explique qu'elle a choisi cet emploi pour venir vivre près de sa famille.

La féminisation des métiers présente des enjeux territorialisés pour la Chambre de Métiers et de l'Artisanat Centre-Val de Loire, qui accompagne les artisans et artisanes de l'apprentissage à la transmission d'entreprise. La Chambre propose des formations (Centres de Formation des Apprentis (CFA), formation continue des artisans), des conseils économiques et territoriaux (projets de développement économiques avec les collectivités territoriales), des services d'accompagnement des entreprises (aide à la création, réunions d'information, montage de dossier de financement, valorisation...). Parmi ces services proposés, il existe des activités comme des concours mettant en avant les artisanes d'art, mais également des entrepreneures innovantes ou portant un projet éco-responsable (Trophée national « Femmes de l'Artisanat », Femini'initiatives⁵).

³ Selon les données de l'Observatoire de l'Artisanat :

https://public.tableau.com/app/profile/observatoire.artisanat/viz/ArtisanatCentre-ValdeLoire20202024_17624261302370/1_Accueil

⁴ Source : Ecozoom Centre-Val de Loire : <https://www.ecozoom-centrevaldeloire.fr/indicateurs-economiques/les-entreprises>

⁵ Ces initiatives sont présentées sur le site de la CMA CVL : <https://www.crma-centre.fr/actualite/femin-initiatives-2025>

D'autres entrepreneures exercent en région Centre-Val de Loire. Elles sont 10 969 à créer des entreprises en 2023, à 82,3% en tant qu'auto-entrepreneures⁶. En création de startup ou à la tête d'entreprises de services numériques (ESN), elles bénéficient également de concours de valorisation et d'accompagnement. Dans l'Indre en particulier, des associations comme Femmes des Territoires se chargent par exemple de leur proposer des outils de mise en réseau (site internet, réunions locales, communication sur les réseaux sociaux...). D'autres chambres consulaires, acteurs économiques ou territoriaux (Chambre de Commerce et de l'Industrie, banques, collectivités...) soutiennent et accompagnent entreprises et actions territoriales pour les valoriser. D'autres acteurs associatifs, comme l'association Artis'Up présente dans l'Indre, proposent des services afin de créer des services de proximité. Machines, outils, services de gestion sont mutualisés et proposés avec des formations ou accompagnement. Les participantes des événements de La Fibre Créative soulignent d'ailleurs la nécessité de clarifier les rôles et acteurs autour de l'accompagnement des entrepreneures⁷. Dans les deux cas, les dirigeantes sont considérées dans le cadre d'activités et services de transition numérique : l'objectif du projet FabCVL est d'en définir des cultures et relations artisanales spécifiques.

Cette considération inscrit les entrepreneures dans un écosystème d'accompagnement de la création d'entreprise et du numérique. Ainsi, dans notre approche, nous ne considérons pas la dirigeante comme individu mais comme un « actant transactionnel » [ZAC 20], au sens où cette appartenance écosystémique et territorialisée que nous allons considérer induit un rôle transactionnel en fonction du dispositif et de l'échelle d'observation choisie. Notre terrain est ainsi constitué de collectifs d'entrepreneures actives dans différents dispositifs d'accompagnement au numérique dans le cadre de leur activité de création d'entreprise ou en tant que créatrice d'entreprise. Nous analysons les conversations territorialisées : en fonction des interactions dans ces dispositifs, nous caractérisons des milieux d'activités, des valeurs et des pratiques. Nous en analysons l'évolution sur les trois ans considérés dans une approche longitudinale afin de mettre en avant des ruptures et variations transactionnelles.

3.2. Croiser les regards en multipliant les situations d'observation

Nous allons donc à la rencontre de deux collectifs virtuels : ils sont constitués sur la base des observations FabCVL. Le premier, le collectif des entreprises artisanales, est un ensemble d'entreprises menées ou créées par des femmes et relèvent du secteur artisanal⁸. Elles sont artisanes d'art en verrerie, pâtisseries, tapisseries, ébénistes, ou du secteur de la réparation automobile. Elles participent aux activités d'accompagnement numérique FabCVL ou aux projets de la CMA CVL. Le deuxième, le collectif des entreprises de femmes, est constitué d'entreprises menées par des femmes ou des hommes qui mettent en avant un talent féminin de l'artisanat. Ces entreprises ne relèvent pas du secteur artisanal : ce sont des entreprises de service numérique (ESN), des startups, des entreprises industrielles de la fromagerie ou de la confection manufacturière destinée à la haute-couture, ou encore des entreprises de création numérique de la même région. Elles participent aux activités régionales observées en marge des activités FabCVL ou lors d'activités des partenariats territoriaux de la CMA CVL. En observant les interactions de ces entreprises au sein de l'écosystème de l'accompagnement, nous pourrions comprendre si les entrepreneures projettent un imaginaire différent selon qu'elles sont de l'artisanat ou non, d'une manière territorialisée, c'est-à-dire en fonction de milieux ancrés, de valeurs projetées et de pratiques activées [CAM 25].

La rencontre de ces deux collectifs d'entreprises dans la même région est l'occasion de croiser les regards sur les difficultés et solutions rencontrées. Certaines participantes relient développement et innovation, comme cette esthéticienne qui se forme plusieurs fois par an pour développer techniques et activités de soins de beauté et bien-être. D'autres relient développement et projet professionnel, comme

⁶ Source : <https://centrevallaloire.urssaf.fr/accueil/actualites/entrepreneuriat-au-feminin.html>

⁷ Résultat de l'analyse des territoires-projets des créatrices d'entreprises et des conseillers lors des activités FabCVL 2024

⁸ Selon la définition de l'INSEE : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1137>

une participante observée qui est accompagnée dans de cadre de la féminisation du management. Cette approche permet ainsi de multiplier les contextes d'observation au sein d'ateliers de sensibilisation numérique, de conférences ou de visites d'entreprises. Les interactions collectées lors de ces différentes activités nous permettent de prendre en compte différents objectifs et priorités collectives, comme la valorisation à travers les réseaux sociaux, la création de partenariat ou encore la mise en place d'une démarche d'économie circulaire. Les activités terrain se présentent comme suit :

Année	2023	2024	2025
Activités	Conférences organisées avec des entrepreneures autour du numérique et interventions terrain de la CMA CVL	La Fibre Créative : série de conférences interactives sur les femmes, l'innovation et l'artisanat	Autour des femmes de l'Artisanat : valorisation vidéo et conseils personnalisés en numérique et Ressources Humaines
Entreprises observées	4 entrepreneures et 3 artisanes	4 entrepreneures et 6 artisanes	2 entreprises valorisant les femmes et 7 artisanes
Lieux	Châteauroux (centre-ville et site CMA CVL) et Orléans (site partenaire)	Châteauroux (site partenaire) et Orléans (site CMA CVL).	Collectivité territoriale partenaire de la CMA CVL (Indre)

Figure 1. *Présentation des activités FabCVL*



Figure 2. Exposition de créations artisanales et conférences à Orléans - FabCVL 2024
(photos prises par l'auteur)

Ce sont ainsi 10 entreprises numériques et industrielles menées par ou valorisant les femmes, et 16 entreprises artisanales, que nous allons observer. Nous considérons non seulement des dirigeantes ou créatrices d'entreprises, mais également des entreprises employant et valorisant des talents féminins de l'artisanat, où des femmes dirigent des services et activités, y compris dans un secteur industriel. Ces entreprises peuvent en outre être dirigées ou co-dirigées par des hommes.

4. Etat de l'art : distances et proximités transactionnelles dans l'entrepreneuriat féminin et artisanal

4.1 Questionnements théoriques sur une lecture anthropologique de l'entrepreneuriat féminin, de l'accompagnement à la création d'entreprise et du numérique

Selon CMA France, si les femmes représentent 30% des dirigeantes d'entreprise, elles doivent faire face à des défis spécifiques, comme la recherche de financement ou la reconnaissance⁹. Quelles situations provoquent ce besoin ? Dans cette lecture socio-économique et transactionnelle, les entrepreneures voient leur rôle évoluer en relation avec d'autres acteurs. Polge *et al.* [POL 17] y font allusion dans leurs observations. Selon les auteurs (p. 30), « les femmes sont donc souvent à l'initiative de démarches innovantes sur le plan technique, mais également sur le plan organisationnel où nous nous structurons parfois en groupements d'entreprises. » Notre recherche bibliographique va donc couvrir la littérature en sociologie, en sciences de gestion et en sciences de l'information et de la communication. Il nous faut en effet comprendre les cultures organisationnelles variantes, leur contexte sociologique, pour articuler la dimension sémiotique sous-jacente. Dans son article intitulé « Comment la modernité ostracise les femmes », Picq [PIC 22] souligne l'importance du « fonds anthropologique de chaque culture » (p. 293), dans une approche où les différences deviennent un « enjeu d'adaptabilité » (p. 301). Si Picq fait référence aux différences entre les hommes et les femmes, nous nous inscrivons dans cette lecture anthropologique des différences culturelles entre artisanes et non-artisanes. Les collectifs observés projettent des valeurs au sein de milieux, avec des pratiques identifiées. Ce sont effectivement les différences culturelles que nous éclairons. Nous les observons d'abord au niveau socio-économique puis en fonction de situations transactionnelles variables (accompagnement, activités professionnelles, outils numériques...).

De même, des activités spécifiques semblent être favorisées par les entrepreneures selon les observations menées par Polge *et al.* [POL 17], qui stipulent que (p. 30) « les femmes sont également perpétuellement en veille comptable, ceci afin d'assurer la préservation des marges et le calcul des ratios, pouvoir anticiper, se projeter et s'inscrire dans la durée. » Par cette transformation des relations et des activités, les entrepreneures porteraient un impact au-delà de la communauté féminine. Comme l'observent Debray et Paradas [DEB 17], la féminisation peut impliquer au sein de l'organisation (p. 85) « le développement des réseaux sociaux et le souci croissant de développement durable ». C'est l'ensemble de ces transformations et leurs variations que nous souhaitons caractériser. Afin de contextualiser notre approche théorique et méthodologique, nous nous attachons dans cet état de l'art à présenter une lecture socio-économique puis info-communicationnelle des évolutions des entrepreneures et dirigeantes, puis pour les femmes de l'artisanat. Cet état de l'art soutient notre proposition théorique pour caractériser les distances, ruptures et variations entre les deux collectifs au niveau transactionnel par les territoires-projets.

⁹ [Les femmes dans l'artisanat | Artisanat.fr](https://www.artisanat.fr/)

4.2 Management et sociologie : entre multiplicité des rôles et vision socio-constructive de l'entrepreneuriat féminin

Les situations présentées sur notre terrain l'étayent largement : les entrepreneures et dirigeantes que nous observons sont accompagnées dans la création d'entreprise ou la sensibilisation aux risques du numérique. Une participante en création d'entreprise avec la CCI¹⁰ en 2024 témoigne à quel point cet accompagnement lui a permis « d'ouvrir des portes. » Cette relation intermédiée fait intervenir des conseillers en création d'entreprise ou des conseillers numériques. Lebègue [LEB 15] explique à ce propos que les entrepreneures « ont en commun de rencontrer des difficultés liées à la persistance d'obstacles légaux, culturels et institutionnels » (p. 113). Ainsi, selon l'auteure, certaines entrepreneures peuvent à la fois craindre de s'adresser à un organisme d'accompagnement, par peur d'être jugée, et en même temps attendre des outils spécifiques liés à leur posture de cheffe d'entreprise. Comme l'auteure l'explique (p. 131), « les créatrices souhaitent donc à la fois acquérir des compétences techniques liées à leur nouveau rôle d'entrepreneure et des compétences comportementales inhérentes la gestion de ces différents rôles. » Cette multiplicité de rôles s'ajoute à la multiplicité de relations de l'accompagnement.

Cette relation intermédiée prise dans une multiplicité de rôles nous amène à un point de vue sociologique. En envisageant les entrepreneures dans leur diversité de relations et de rôles, nous voyons émerger une pluralité de parcours présentés, d'activités mobilisées comme les expositions et les réseaux sociaux, mais également d'aspirations et d'ambitions professionnelles variables. Nous nous intéressons à l'approche socioconstructiviste présentée par Constantinidis [CON 14]. Selon l'auteure (p. 296), « les études relevant du socioconstructivisme ne cherchent plus à déterminer la réalité « objective » des femmes entrepreneures, mais à comprendre comment le genre est construit par les différents acteurs, dans leur environnement social. » Cela fait émerger des modèles au sein des dirigeantes de PME. C'est le rôle des participantes observées en 2023 qui partagent leur expérience de « femmes du numérique » au cours de conférences. Chabaud et Lebègue [CHA 13] notent à ce propos que « les sites internet accordant un espace de parole aux créatrices ne cessent de croître et contribuent ainsi à une plus grande mise en lumière médiatique, dont on sait qu'elle se révèle primordiale, si l'on souhaite susciter des élans entrepreneuriaux » (p. 48). Par ailleurs, selon les auteurs, l'action des dirigeantes se retrouvent dans les relations avec leurs subordonnés qu'elles tendent à inclure dans les prises de décisions (p. 54). C'est ainsi également dans le rapport aux autres entrepreneures et le rapport aux salariés qu'il nous faut envisager l'imaginaire projeté des créatrices d'entreprises.

En développant différents rôles et relations, y compris avec ou grâce au numérique, les entrepreneures et dirigeantes s'inscrivent dans des changements sociétaux. Elles participent à en modifier les pratiques, notamment en termes relationnels, via le numérique et l'accompagnement des activités des entreprises par des formats hybrides mêlant présentiel et distanciel. C'est le cas des participantes de 2024 qui expriment, pour certaines, des difficultés de compréhension des réseaux sociaux. Selon elles, « elles n'ont pas les codes » pour les utiliser. Santoni [SAN 16] précise que « l'essor du virtuel et des réseaux qui s'y développent représenteraient un moyen de résoudre la préoccupation, restant plus prégnante chez les femmes, de conciliation du temps de vie personnel et du développement de leur entreprise entrepreneuriale par un usage adapté du réseautage » (p. 219).

4.3 Lecture transactionnelle de l'écosystème d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin

C'est cette observation théorique qui nous amène à nous positionner en sciences de l'information et de la communication, dans une lecture transactionnelle et coopérative des communications [ZAC 20]. La place de la confiance dans l'accompagnement y est questionnée, avec la possibilité, pour les institutions, de comprendre et accompagner les femmes en particulier. Nous nous intéressons au fait que, selon Boutillier [BOU 08], les entrepreneures « critiquent modérément les institutions d'aide à la création d'entreprise. Certaines affirment qu'elles sont créées par des hommes et connaissent mal les problèmes

¹⁰ Chambre de Commerce de d'Industrie

spécifiques des femmes (nombre d'entre elles regrettent de ne pas avoir eu assez de temps à consacrer à leurs enfants) » (p. 36). Les réseaux sociaux et le numérique pourraient alors compléter ce besoin de confiance. C'est la question que pose de Ceglie [CEG 21]. Pour l'auteur (p. 236), « les RSN sont de bons outils pour trouver une aide et un soutien psychologique et physique, car ils révèlent des stratégies de communication adaptées aux attentes des femmes *leaders*. » Selon l'auteur, certains réseaux favorisent d'ailleurs les profils de femmes *leaders* qui mettent en avant leur vie personnelle.

Nous proposons donc de considérer des relations intermédiées et territorialisées dans cet écosystème. Les réseaux sociaux numériques et l'accompagnement institutionnel caractérisent des milieux territoriaux hybrides favorisant ou inhibant un pouvoir d'agir [CAM 25]. Guérin et Kumar [GUE 11] observent que, pour les agents de terrain qui accompagnent les femmes, « la perte ou l'insuffisance de contrôle et d'emprise qu'ils ont sur tel ou tel territoire, telle ou telle communauté, et les stratégies qu'il convient de déployer pour y faire face sont au cœur des préoccupations quotidiennes » (p. 146). L'accompagnement et l'*empowerment* des femmes deviennent ainsi des enjeux politiques : présence et contrôle territorial ou au sein de communautés. C'est pour cela que nous proposons de considérer des relations intermédiées et territorialisées dans cet écosystème. Ces dernières conditionnent un pouvoir d'agir au sein de dispositifs d'accompagnement, ciblés ou non, identifiés ou non par les femmes, selon qu'elles ont envie ou non d'y participer. De nouveau, un positionnement en SIC nous permettra de mieux appréhender le fait que, selon Constantinidis [CON 10], « des travaux récents soulignent le rôle de certaines caractéristiques individuelles des entrepreneur-e-s, notamment leur personnalité (Geraudel, 2008), leurs motivations et leurs objectifs (Manolova et al., 2007) » (p. 130).

4.4 Cultures numériques et entrepreneuriales des artisanes entre variations de compétences et innovation de niche

Cet état de l'art nous amène à questionner les motivations, les attitudes, les besoins de confiance et les pratiques des dirigeantes et artisanes en particulier. Si nous avons établi une multiplicité des rôles et relations, cette dernière est-elle plus intense, identique ou mieux gérée dans les entreprises artisanales ? Leurs envies et motivations diffèrent-elles en fonction de leur métier ? Recourent-elles également au numérique pour faciliter leur quotidien et prendre confiance ? Selon Cognie [COG 24], « les compétences techniques ont elles aussi évolué. Elles diffèrent selon les métiers et les secteurs, mais la maîtrise d'outils digitaux, l'entretien de sites Internet, l'application de normes qualité ou encore l'utilisation d'un progiciel de gestion dans certains secteurs sont nécessaires pour garantir la pérennité de l'entreprise » (p. 88). Si le numérique était ici mentionné comme facilitateur, il apparaît désormais comme une compétence à maîtriser. Il s'agit non seulement d'une recherche de conseil et de la visibilité, mais également de la gestion d'entreprise en plus d'autres compétences liées à leur métier. De même, au sein de PME, Paradas *et al.* [PAR 13] soulignent que « les femmes sont plus ancrées dans le concept « d'écoconception », c'est-à-dire plus attentives à l'impact de leur production sur l'environnement » (p. 200). Innovation, éco-conception et numérique sont autant de thématiques parmi lesquelles les artisanes pourraient construire leur propre *leadership*.

Les travaux économiques de Debray *et al.* [DEB 19] se sont intéressés aux dirigeantes d'entreprises artisanales du bâtiment. Selon les auteurs (p. 6), « la présence des femmes qui s'engagent dans ce secteur et leur professionnalisme semblent modifier les codes, de sorte que la mixité est perçue comme un facteur d'amélioration de la performance globale. » C'est bien en considérant les relations et les actions des dirigeantes artisanes que nous comprendrons comment se construit leur image. Les auteurs observent également l'écosystème d'accompagnement et notent que la mixité est évaluée positivement dans ce dernier, bien qu'elle ne soit que peu présente dans le discours des entreprises elles-mêmes. La dirigeante artisanale peut, en fonction des échelles d'observation, avoir un rôle transactionnel de « bénéficiaire » [ZAC 20] : elle reçoit des services dans une relation d'accompagnement. Par ailleurs, Perrin [PER 05] précise que, dans les années 1970, « les artisanes s'adaptent en occupant ce que les économistes appellent des niches » (p. 7). La recherche de précision et de savoir-faire technique, les opportunités offertes par le contexte, les aspirations des dirigeantes artisanales intègrent ainsi les éléments construisant leur

activité et leur métier. Leur rôle transactionnel change : elles deviennent réalisatrices ou entrepreneures [ZAC 20].

4.5 Des spécificités transactionnelles pour l'accompagnement à l'entrepreneuriat féminin de l'artisanat ?

D'un point de vue sociologique, Jourdain [JOU 14] précise que « le choix de l'artisanat d'art est d'abord le choix de l'indépendance. Il traduit le rejet d'une hiérarchie dans laquelle les individus ne se sentaient pas valorisés » (p. 24). Ainsi, pour les dirigeantes artisanes, le choix d'un métier peut également porter une posture symbolique, sémiopolitique, qui s'oppose et se construit en relation avec d'autres postures. Cette « négociation identitaire » est-elle influencée par l'image d'autres femmes entrepreneures, à la tête de startup du numérique par exemple ? Une dirigeante d'entreprise artisanale explique, dans un article de Jacques-Jouvenot et Tripier [JAC 04], que « tous les artisans vous diront la même chose. Et en définitive, on s'aperçoit qu'on a eu une vie très riche, on a des contacts humains que l'on n'a jamais ailleurs » (p. 65). La recherche d'une richesse de vie est-elle symbolique d'une autre forme de richesse favorisée par les artisanes ? Dans notre thèse [CAM 25], nous observons notamment que les entrepreneures négocient les valeurs d'innovation dans une proximité culturelle avec les institutions entre la mise en avant de modèles économiques vertueux (le zéro-déchet ou les circuits-courts), l'accompagnement et le soutien (la mise en place de plateformes de vente en ligne mutualisées), la valorisation du patrimoine (la créativité et la technicité des savoir-faire, les recettes locales).

En revenant dans notre approche en SIC, nous nous intéressons aux travaux de Soubaya et Ramarason [SOU 25] qui expliquent, à propos de dirigeantes artisanales de La Réunion, que « les entrepreneures sont plus susceptibles de découvrir une opportunité si elles sont prêtes à adopter des outils de communication et de travail numériques » (p. 89). Comme pour les autres entrepreneures, le numérique participe au développement commercial, mais nécessite une adoption. Par ailleurs, selon les auteurs, ces compétences apparaissent comme une sécurité en cas de recherche d'emploi : le développement de compétences est l'une des opportunités offertes par les outils numériques pour les artisanes observées. Cette considération nous amène à constater avec Chaves Ferreira et al. [CHA 18] que « bien que davantage présentes sur les plateformes que parmi les professionnels « traditionnels », les femmes sont surtout surreprésentées parmi les individus les moins actifs sur les plateformes. Sur Etsy¹¹, les personnes ayant réalisé moins de 10 ventes comptent 90 % de femmes alors que ces dernières représentent 88 % de l'ensemble des vendeurs » (p. 115). Il est donc nécessaire d'envisager la dimension transactionnelle et intermédiée de la territorialisation pour comprendre comment les aspects subjectifs que nous abordons (les envies, les compétences) et les aspects techniques (les plateformes, l'accompagnement) transforment les imaginaires projetés de dirigeantes, artisanes ou non. C'est ce que souligne Monjaret [MON 25] en expliquant que (p. 40) « pour autant faut-il encore avoir les moyens et les compétences nécessaires pour transformer les dispositifs digitaux en atout professionnel. » Facilitant l'autonomie des modistes observées par l'auteur, c'est à cette condition que les outils numériques deviennent notamment des outils de partage et de solidarité.

4.6 Proposition théorique : caractériser les distances transactionnelles entre collectifs féminins de l'entrepreneuriat

Notre proposition théorique est donc de mobiliser la Sémiotique des Transactions Coopératives (STC) [ZAC 20] pour articuler les cultures socio-économiques et les relations sociologiques en analysant les dynamiques transactionnelles sous-jacentes. Pour cela, nous nous appuyons sur le concept de territoires-projets [CAM 25]. Cette approche permet de considérer des flux transactionnels [ZAC 21] en tant qu'agencement de milieux d'activités ancrés par des collectifs qui y projettent des valeurs ressources et y activent des pratiques. Nous en modifions toutefois la méthodologie d'application. Contrairement au programme FabCVL qui cherche à caractériser la proximité de la CMA CVL avec ses artisans dans la

¹¹ Etsy est une plateforme de vente en ligne proposant des créations artisanales et objets créatifs

transition numérique, nous cherchons ici à caractériser des distances transactionnelles entre les artisanes et les dirigeantes d'entreprises hors artisanat. Cela nous permettra de caractériser les variations observées sur les trois années. Nous constituons un nouveau cadre d'interprétation basé sur l'analyse des conflits des dirigeantes d'entreprises de Perugien [PER 25] et des espaces-frontières collaboratifs de Severo [SEV 21].

Dans un premier temps, nous cherchons à caractériser les conflits qui pourraient émaner des distances observées entre les flux transactionnels comparés. Perugien [PER 25] observe que « les stéréotypes de genre influencent non seulement la manière dont les femmes exercent leur leadership, mais aussi la façon dont elles sont perçues par leur entourage professionnel » (p. 40). Cette considération prend ainsi en compte l'ensemble des relations et rôles, et notamment le collectif professionnel qui entoure la dirigeante d'entreprise, artisanale ou non. Dans cet ensemble, peuvent apparaître plusieurs conflits. Les auteurs s'appuient sur les travaux de Dreu et Beersma [DRE 05] pour expliquer que « les conflits de tâches impliquent des désaccords sur la distribution et l'allocation des ressources, les procédures et politiques à suivre, ou l'interprétation des faits, tandis que les conflits relationnels concernent les préférences personnelles, les styles interpersonnels, les préférences politiques ou les valeurs opposées » (p. 44). En nous appuyant sur les territoires-projets, qui sous-tendent des cultures ambivalentes [COR 23] et des relations antagonistes [MEU 03], nous proposons de considérer les ruptures entre les pratiques comme des ruptures de tâche et les ruptures entre les valeurs comme des ruptures interpersonnelles. Enfin, les ruptures entre les milieux d'activités seraient des ruptures de processus.

Dans un deuxième temps, nous souhaitons comprendre les enjeux de l'accompagnement en prenant en compte ces effets de ruptures. Pour cela, nous souhaitons caractériser les milieux où pourraient se dérouler des « négociations identitaires » [JOU 14] entre dirigeantes artisanes et non artisanes. Nous proposons donc de considérer les « espaces-frontières » tels qu'ils sont mobilisés par Severo [SEV 21]. Pour l'auteure, « l'espace frontière devra « simplement » fournir un environnement où tous les acteurs se sentent à l'aise pour dialoguer entre eux et pour collaborer à la définition, d'une part, des conventions qui seront mises en place sur la plateforme institutionnelle et, d'autre part, des modalités de reconnaissance du travail et des savoirs produits par les amateurs » (p. 92). Ainsi, nous recherchons des milieux dont des caractéristiques proches, tels qu'un régime de conversation commun et une thématique commune, permettraient d'établir un tel dialogue entre dirigeantes, ainsi qu'avec les acteurs qui les accompagnent.

5. Problématique et questions de recherche : quel accompagnement de pratiques et valeurs variables en fonction des entreprises et des territoires ?

5.1 Problématique

Dans notre analyse, nous relevons un certain nombre de défis rencontrés par les dirigeantes et entrepreneures. En 2024 en particulier, les participantes aux activités FabCVL expriment des difficultés pour identifier les bons contacts et trouver les bonnes informations pour leur création d'entreprise : l'une d'entre-elles souligne des besoins très spécifiques pour les femmes et explique « qu'il n'y a pas de guide ». D'autres expriment des difficultés à se lancer après une reconversion et une vie de famille. Selon l'une d'entre-elles, la gestion administrative peut représenter « une réelle barrière pour la création d'entreprise », cependant elle s'est appuyée sur « son expérience précédente d'assistante de direction ». Une dirigeante d'ESN explique quant à elle qu'elle a « mis très longtemps avant de réussir à être cheffe d'entreprise, maman et femme », là où une créatrice de startup valorisant les recettes locales et artisanales à base de gibier explique que pour elle, « l'innovation n'a de sens que si elle permet d'améliorer notre mode de vie. »

L'observation se concentre ainsi sur l'accompagnement des créatrices et dirigeantes d'entreprises artisanales ou non avec le numérique lors de ces activités : de l'Indre, du Loiret, avec différents parcours et ambitions, elles présentent leurs approches et vision de l'entrepreneuriat (voir fig. 3). Ces échanges font apparaître différents contrastes. Certains concernent les attitudes et les discours des participantes :

c'est le cas de différentes valeurs comme la place du métier à valoriser et le numérique pour innover, mais aussi des défis communs comme la gestion de la vie personnelle et professionnelle. Ces observations nous questionnent sur l'évolution de l'imaginaire commun de l'entrepreneure, et ses variations en fonction des métiers observés. Notre état de l'art en apporte un éclairage théorique : de la recherche d'une innovation organisationnelle pour les dirigeantes et entrepreneures [POL 17] à la préférence pour une richesse de vie et l'indépendance pour les artisanes [JAC 04], différents objectifs et pratiques de gestion d'entreprise semblent se projeter dans les activités observées.

5.2 Questions de recherche

Notre question initiale sur les variations d'imaginaires de l'entrepreneure et dirigeante des startups à l'artisanat peut ainsi être considérée sous trois axes différents.

Le premier concerne les difficultés rencontrées et les accompagnements (ciblés ou non) pour la création d'entreprises par les femmes. Nous cherchons à comprendre, dans ces interactions, la place des acteurs de l'accompagnement et les attentes exprimées par les entreprises. Ces accompagnements concernent le conseil à la création d'entreprise (CMA, agences ou associations), les aides territoriales (communautés de communes, région), le financement des entreprises (banques, investisseurs). Quelles attentes spécifiques expriment les femmes de l'artisanat ?

Le deuxième axe de notre étude est celui de la place du numérique pour ces dirigeantes et entrepreneures. Notre objectif est de comprendre comment ces outils participent à la dynamique de création, quelles solutions y sont attendues. C'est ici la thématique du numérique et son évolution en lien avec des pratiques, des valeurs et milieux d'activités qui nous permettra de caractériser les attentes communes ou spécifiques en fonction des collectifs.

Enfin, le dernier axe concerne les opportunités et projets futurs poursuivis, projetés par les dirigeantes. Au-delà des différences de pratiques, nous cherchons à mettre en avant des variations ou des similarités dans les valeurs projetées par les entreprises observées. C'est donc l'évolution des valeurs-ressources et défis-partagés qui nous permettra de caractériser ces variations.

Ces trois axes sont explorés par la méthodologie des territoires-projets. Cette dernière permet d'analyser l'évolution longitudinale des interactions des dirigeantes et entrepreneures. L'ensemble des activités proposées sur trois ans révèlent les préférences et spécificités des collectifs afin d'évaluer les différences et similarités de valeurs, de pratiques et de milieux.

6. Méthodologie : mobiliser les territoires-projets pour caractériser les ruptures et distances transactionnelles entre collectifs d'entreprises féminines

6.1 Rappels méthodologiques des territoires-projets en Sémiotique des Transactions Coopératives

Le principe clé des territoires-projets [CAM 25] se situe dans la territorialisation des transactions coopératives [ZAC 20]. Nous proposons ici d'en faire un rappel méthodologique et d'en préciser les éléments conceptuels. Nous commençons par préciser que cette méthodologie s'appuie sur l'observation de collectifs de diversité ontologique [ZAC 16]. Dans notre étude, l'approche anthropologique et socioconstructiviste est précisément mobilisée pour identifier des activités, thématiques ou projets communs dans les interactions observées. Nous pouvons ainsi observer le collectif des entreprises d'artisanes (EA) qui sont les artisanes observées dans leur écosystème d'accompagnement à la création d'entreprise ou au numérique. Nous pouvons aussi observer le collectif des entreprises de femmes (EF) qui sont les dirigeantes et créatrices d'entreprises au sein d'organisations ne relevant pas du secteur de l'artisanat, mais participant aux mêmes activités dans l'écosystème d'accompagnement des entreprises. Les territoires-projets permettent de caractériser la territorialisation des transactions coopératives au sein de ces collectifs pour en analyser, dans notre cas, des distances et des espaces-frontières.

RAPPELS. Cette territorialisation est lisible dans des flux transactionnels. Ces derniers sont des ensembles d'interactions caractérisés en tant que :

- projection de valeurs-ressources, c'est-à-dire les éléments subjectifs exprimés par les collectifs, qui peuvent être des défis partagés,
- activation de pratiques, c'est-à-dire les éléments créatifs et techniques mobilisés,
- ancrage de milieux, qui sont ici les activités, espaces et lieux identifiés.

Ces trois dimensions constituent les niveaux de territorialisation des territoires-projets [CAM 25]. Ces niveaux sont eux-mêmes organisés en fonction de leur régime de conversation transactionnel [ZAC 20]. On distingue ainsi :

- le niveau d'engagement, qui concerne les interactions d'accueil, de discussions informelles,
- le niveau de capacitation, qui concerne des interactions d'informations, de formation ou de sensibilisation,
- le niveau de performance, qui concerne des interactions liées aux actions, aux projets, aux réalisations des créatrices,
- le niveau d'évaluation qui concerne les interactions liées à la valorisation, à l'innovation, à la gestion des investissements.

Cette approche par la territorialisation transactionnelle permet d'identifier des cultures ambivalentes [GIL 23] : elles portent sur les pratiques, les valeurs ou les milieux des collectifs mais admettent une géométrie variable, en acceptant des règles tacites de bricolage ou de dépassement de cadre. On peut également identifier des relations antagonistes en fonction des transactions au sein des collectifs : des pratiques acceptées ou refusées, des valeurs d'appartenance ou des défis partagés, des milieux voulus ou subis [MEU 03]. Ces deux notions nous permettent de caractériser les distances et ruptures culturelles et relationnelles entre collectifs, en prenant en compte leur constitution en systèmes territoriaux et organisationnels [MOI 06].

6.2 Apport méthodologique : évaluation des ruptures et distances transactionnelles

Dans notre méthodologie, nous proposons de considérer les variations de thématiques ou de niveau de régime de conversation par :

- les ruptures interpersonnelles : ce sont les variations considérées au niveau des valeurs-ressources projetées,
- les ruptures de tâches : ce sont les variations entre les pratiques d'activation,
- les ruptures de processus : ce sont les variations considérées entre milieux d'activités ancrés [PER 25].

Ces ruptures correspondent ainsi à nos trois niveaux de territorialisation définis dans les territoires-projets : la projection, l'activation et l'ancrage. Ensemble, ces dimensions articulent trois proximités que nous souhaitons caractériser en termes de distance entre collectifs féminins de l'entrepreneuriat. Ces distances se basent sur les ruptures transactionnelles intercollectifs pour permettre [CAM 25] :

- une distance culturelle fondée sur les valeurs projetées, modulant l'appropriation d'un récit commun par les collectifs observés. Nous proposons ici d'évaluer la distance culturelle résultante des ruptures interpersonnelles,

— une distance servicielle qui articule les variations de régime de conversation (engagement, capacitation...),

— une distance expérientielle qui articule les variations de territorialisation (projection, activation, ancrage) en fonction des valeurs, pratiques et activités caractérisées.

Nous proposons enfin d'identifier les espaces-frontières [SEV 21] permettant le dialogue dans cette dimension transactionnelle de territorialisation. Ces derniers nous permettront, avec l'ensemble des distances caractérisées, de formuler des recommandations et analyses d'impact pour l'accompagnement en prenant en compte la place du numérique et les variations de pratiques d'entrepreneuriat.

6.3 Constitution des collectifs EA et EF

Notre approche territorialisée prend ici toute sa place : nous allons pouvoir comparer, dans différents dispositifs d'accompagnement, les pratiques, milieux et valeurs de chaque collectif en fonction de leurs conversations. Ces dernières sont constituées d'interactions observées dans un écosystème d'acteurs de l'accompagnement à la création d'entreprise et au numérique : participation, intervention et questions posées, observations des conseillers. Tous, associations, entrepreneures, conseillers de la CMA CVL ou partenaires territoriaux, interagissent selon différents modes de conversation qui permettent de constituer un flux transactionnel où se lisent les milieux d'activités ancrés, où se projettent des valeurs-ressources et défis partagés, et qui sont activés par des pratiques. Ce sont ces flux transactionnels que nous allons comparer sur ces trois années. A la différence de la méthodologie développée dans le projet FabCVL, nous n'analysons cependant plus ici la proximité en les collectifs, mais les éventuelles distances.

Nous détaillons la constitution de nos collectifs d'entreprises d'artisans (EA) et d'entreprises de femmes (EF) ci-dessous (fig. 3) :

Code	Année	Activité observée	Type acteur
EA1	2023	FabCVL Châteauroux	Artisane d'art - Couture
EA2		FabCVL Châteauroux	Artisane d'art - Verrerie
EA3		FabCVL Orléans	Artisane bâtiment
EF1		Femmes Numérique	Créatrice jeux vidéo
EF2		Femmes Numérique	Créatrice services culturels
EF3		Femmes Numérique	Créatrice services formation
EF4		Femmes Numérique	Créatrice services numériques
EA4	2024	FabCVL Châteauroux	Artisane d'Art - Ébéniste
EA5		FabCVL Châteauroux	Artisane d'Art - Tapisserie
EA6		FabCVL Châteauroux	Artisane créatrice bois-époxy
EF5		FabCVL Châteauroux	Gestionnaire Tiers-Lieux
EF6		FabCVL Châteauroux	Start-up numérique et territoires
EA7		FabCVL Orléans	Créatrice arts graphiques
EA8		FabCVL Orléans	Créatrice mode
EA9		FabCVL Orléans	Créatrice meubles
EF7		FabCVL Orléans	Créatrice plateforme location décors
EF8		FabCVL Orléans	Créatrice plateforme zéro-déchets
EA10	2025	Femmes de l'artisanat	Artisane d'Art - Verrerie
EA11		Femmes de l'artisanat	Artisane Mécanique
EA12		Femmes de l'artisanat	Artisane esthéticienne
EA13		Femmes de l'artisanat	Artisane pâtissière
EA14		Femmes de l'artisanat	Artisane savonnière
EA15		Femmes de l'artisanat	Artisane bâtiment
EA16		Femmes de l'artisanat	Artisane restauration
EF9		Femmes de l'artisanat	Manager commerce fromagerie
EF10		Femmes de l'artisanat	Directeur atelier couture

Figure 3. Constitution des collectifs EA et EF

Les interactions des entreprises observées sont catégorisées puis synthétisées selon une analyse textométrique et sémantique qui caractérise les valeurs, pratiques et milieux d'activités.

6.4 Constitution des flux transactionnels

Nous constituons donc les flux transactionnels des EA et EF pour les années 2023, 2024 et 2025. Ces flux sont restitués ci-dessous (fig. 4, 5 et 6). Dans ces flux, nous retrouvons les régimes de conversation [ZAC 20] et les niveaux de territorialisation [CAM 25]. Cette matrice permet de répartir les interactions comme éléments transactionnels observés selon une grille de lecture commune. Une visualisation par flux territorialisé¹² met en avant la présence d'interaction des deux collectifs en comparaison tout au long de leurs conversations, c'est-à-dire dans leur interactions avec l'ensemble des dispositifs. Nous identifions ainsi les ruptures situées entre EA et EF (flèches oranges ou bleues).

En 2023, les EA et EF participent à deux séries d'évènements (conférences, ateliers, espaces d'échanges sur les métiers pour la jeunesse). Chaque série d'évènements est proposée aux différents collectifs séparément, autour de la gestion des risques numériques, et la présentation d'initiatives innovantes sur le territoire dans la thématique du numérique responsable et des femmes du numérique notamment. Par exemple, EA1 explique comment elle accompagne d'autres artisanes couturières dans la prise en main de machines à coudre pour des finitions techniques et l'usage d'un logiciel de couture. EF2 explique avoir un profil littéraire et artistique, et a créé son entreprise dans la virtualisation des

¹² Procédé de dissociation des dimensions territoriales : projection, activation, ancrage

sites et monuments culturels après être rentrée de l'étranger pour ses études. En analysant l'ensemble des interactions selon la méthodologie établie, nous obtenons les résultats suivants (fig. 4) :

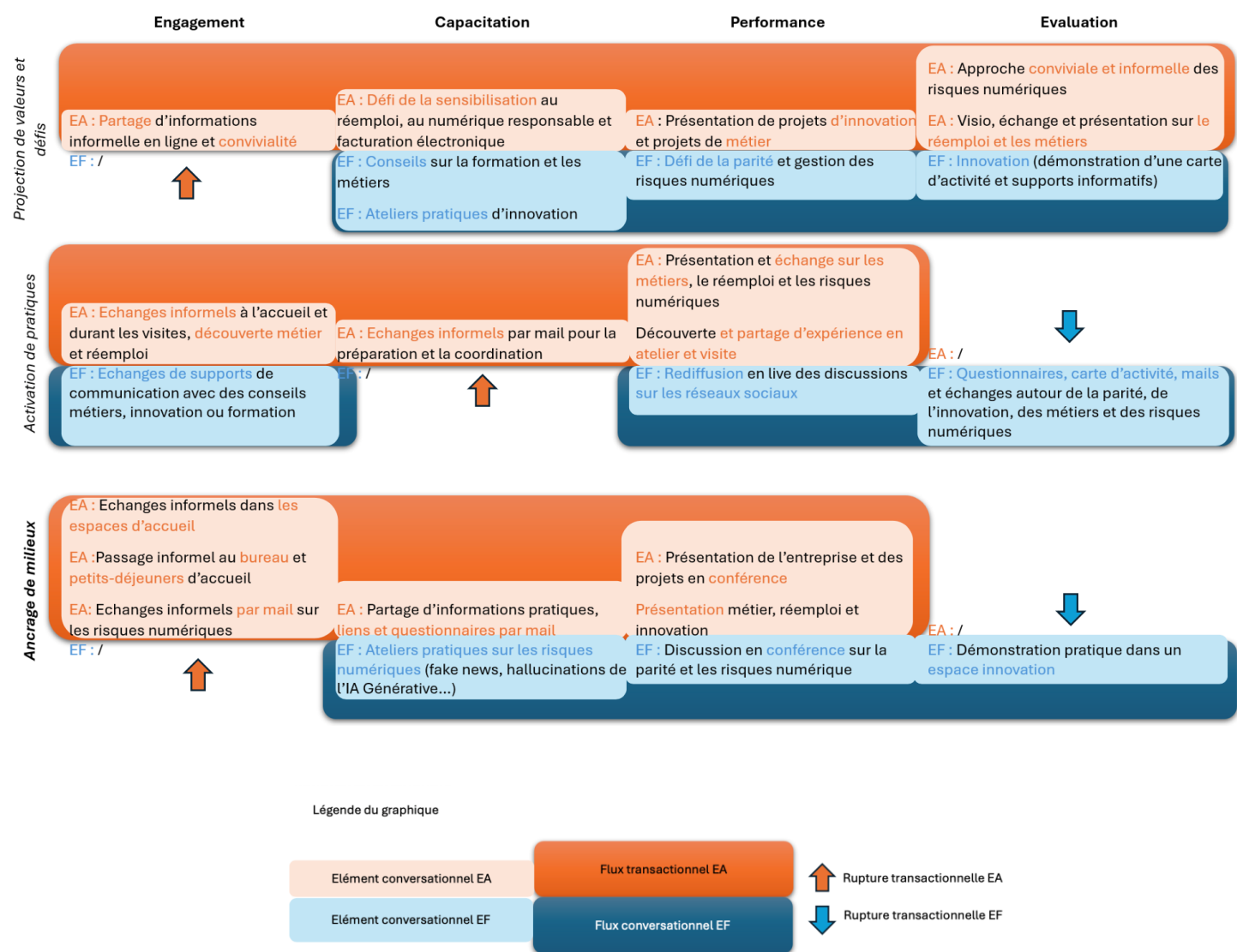


Figure 4. Flux transactionnel FabCVL 2023 EA et EF

En 2024, EA et EF participent ensemble à des activités de conférences, visites et exposition des créations artisanales. Elles échangent notamment sur les difficultés qu'elles ont rencontrées. Une étude sur la féminisation de l'artisanat et le numérique est présentée à cette occasion. EF7 explique être dans une démarche de test avec des artistes et des boutiques pour développer son application de location de décors locaux. Selon EA9, le soutien de la famille est important, elle-même a dû dépasser un manque de culture entrepreneuriale auprès de ses proches. Nous obtenons les résultats suivants (fig. 5) :

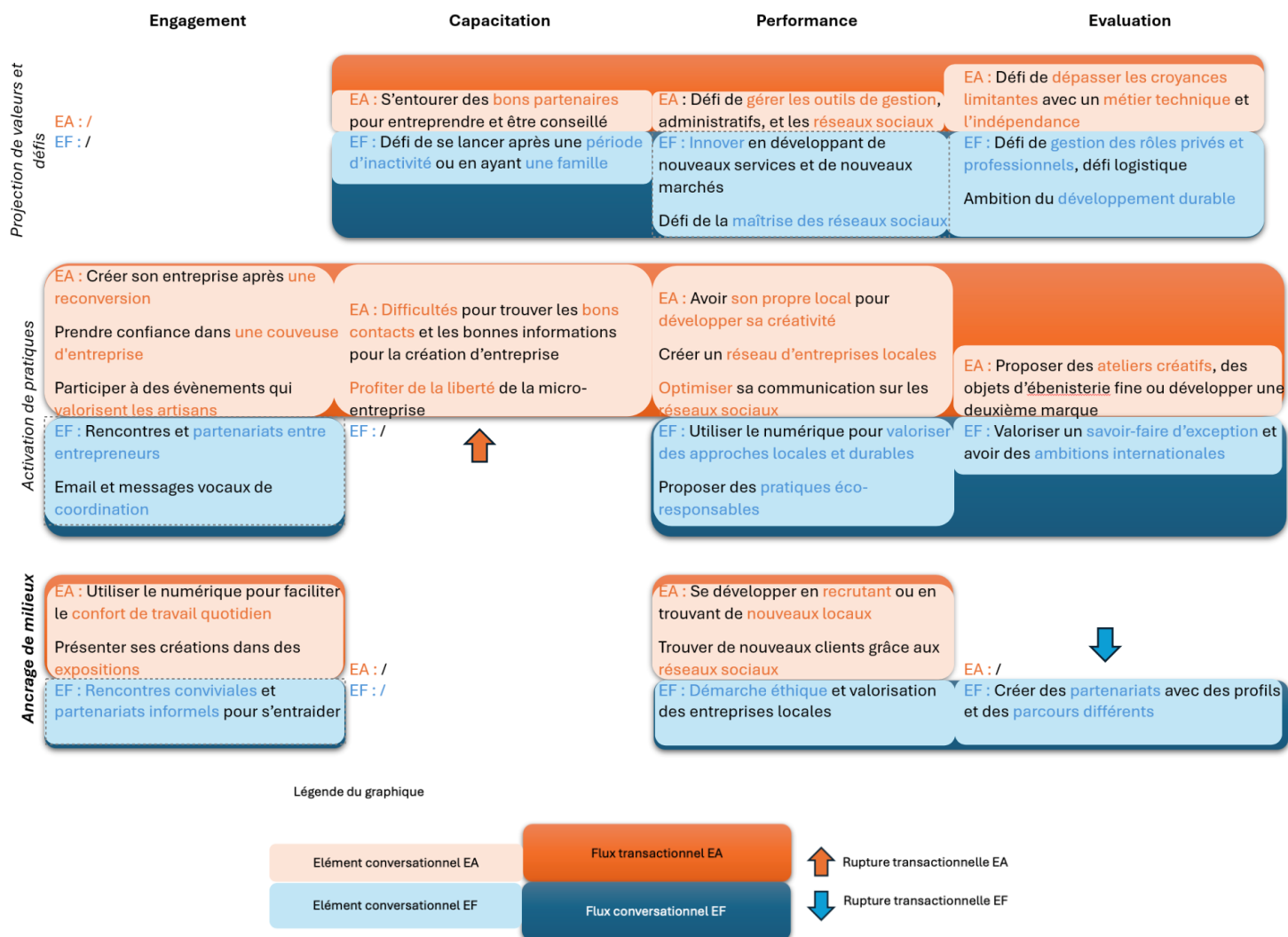


Figure 5. Flux transactionnel FabCVL 2024 EA et EF

Enfin en 2025, EA et EF sont accompagnées dans le cadre d'un partenariat territorial autour du projet « Autour des femmes de l'Artisanat ». Des vidéos valorisant le savoir-faire des femmes du territoire sont réalisées au cours de visites d'entreprises, et des accompagnements ciblés sont proposés sur la base des observations et échanges lors de la visite. Lors des activités, EA16 explique par exemple qu'elle a transmis son métier de la restauration à ses enfants en leur donnant le goût du service et de la cuisine traditionnelle. EF9 partage son expérience de management de proximité basé sur la confiance et l'écoute de ses équipes. Nous obtenons les résultats suivants (fig. 6) :

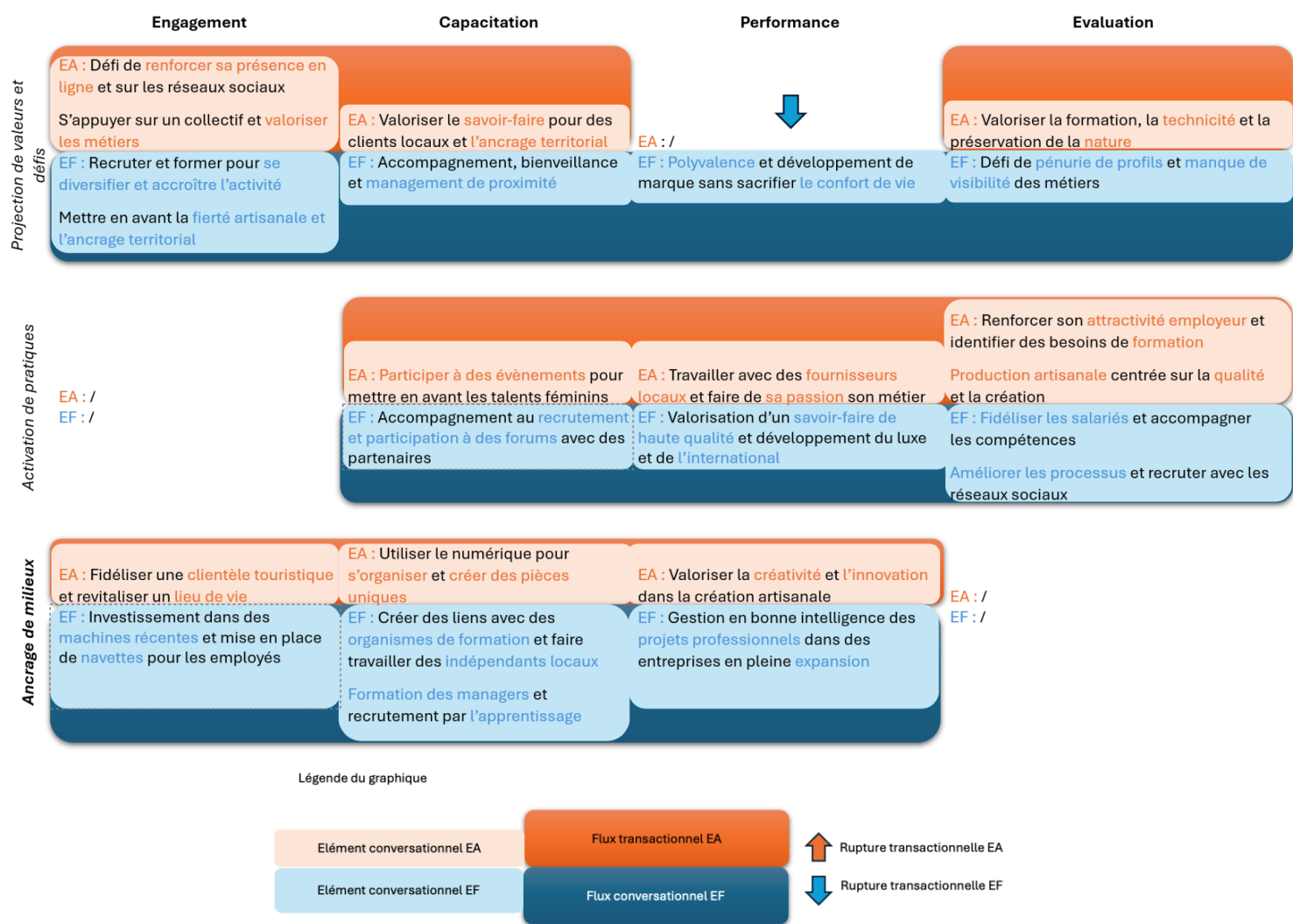


Figure 6. Flux transactionnel FabCVL 2025 EA et EF

7. Analyse des ruptures transactionnelles et caractérisation des distances expérientielles, servicielles et culturelles entre EA et EF

7.1 Grille d'analyse des ruptures et variations transactionnelles entre EA et EF

Les flux transactionnels identifiés font apparaître différentes ruptures. Ces dernières résultent dans le tableau évolutif des ruptures et espaces caractérisant, pour chaque année, les variations identifiées entre EA et EF. Une « *heatmap*¹³ » fait cette fois-ci ressortir l'intensité de la rupture :

¹³ Visualisation de l'intensité par des variations de couleurs

Année	2023	2024	2025
Rupture interpersonnelle (niveau projection)	Les EA favorisent la convivialité (engagement)	Aucune identifiée	Les EF mettent en avant la polyvalence et le confort de vie (performance)
Rupture de tâche (niveau activation)	Les EA ont des pratiques informelles (capacitation) Les EF partagent des questionnaires sur les risques numériques (évaluation)	Les EA rencontrent des difficultés pour identifier les bons contacts et apprécient la liberté de création (capacitation)	Variation thématique : savoir-faire et local pour les EA, savoir-faire et international pour les EF (performance)
Rupture de processus (niveau ancrage)	Les EA se retrouvent dans des bureaux ou à l'accueil (engagement) Les EF valorisent les espaces dédiés à l'innovation (évaluation)	Les EF créent des partenariats avec des profils différents (évaluation)	Variation thématique : développement et innovation pour les EA, développement professionnel pour les EF (performance)
Espaces frontières	Présentation des entreprises et discussions en conférence (performance)	Présentation des créations et rencontres conviviales d'entrepreneurs (engagement)	Gestion des projets professionnels et valorisation de la créativité (performance)

Figure 7. Grille d'analyse des ruptures transactionnelles EA et EF

Dans cette grille (fig. 7), nous pouvons identifier des ruptures fortes (en gris foncé) : elles concernent des changements de régimes de conversation [ZAC 20] identifiés à un même niveau de territorialisation (rupture de tâche ou de processus [PER 25]). C'est le cas de la rupture de processus en 2023 entre engagement (EA) et évaluation (EF). Nous observons également des ruptures « moyennes » (gris moyen) : ce sont des préférences exprimées par l'un ou l'autre des collectifs, comme l'évaluation pour les EF en rupture de processus en 2024. Nous observons enfin des variations thématiques : pour un niveau de conversation commun, une variation thématique est identifiée, comme le savoir-faire local des EA et le savoir-faire international des EF en rupture de tâche en 2025.

7.2 Analyse et évolution des ruptures transactionnelles entre EA et EF entre 2023 et 2025

7.2.1 Caractérisation d'une distance expérientielle en 2023

En 2023, les ruptures s'expriment à tous les niveaux : en termes interpersonnels, avec une préférence pour la convivialité pour les EA, en termes de tâches avec une préférence pour des pratiques informelles des EA et de processus avec des milieux d'engagement comme les espaces d'accueil favorisés par les EA. C'est le cas de ces deux artisanes (EA1 et EA2) qui partagent leur parcours et leurs dernières créations (expositions, marques) autour d'un mange-debout lors du petit-déjeuner d'accueil d'un évènement. Dans ce cas précis, nous observons une distance expérientielle des territoires-projets : elle impacte les niveaux de territorialisation [CAM 25]. Les EF, pour leur part, favorisent les pratiques et milieux d'évaluation dans des espaces dédiés à l'innovation et des enquêtes par questionnaires : c'est le cas d'EF1 qui présente tous les métiers possibles de sa filière sur une cartographie des métiers. C'est l'année où l'expression des ruptures est la plus forte : elle traduit des activités en silo (EA d'un côté, EF de l'autre). Ainsi, l'identité de l'entrepreneuriat féminin serait dans cette situation négociée [JOU 14] entre une richesse de vie [JAC 04] avec des échanges informels et techniques pour les EA, et la volonté de se projeter et d'anticiper [POL 17] en mobilisant des supports avec des conseils pour les EF.

7.2.2 Caractérisation d'une distance servicielle en 2024

En 2024, la distance est servicielle : elle régule les régimes de conversation [CAM 25]. Loin de s'opposer, ces milieux et pratiques situés peuvent se compléter. Les EA et EF participent aux mêmes activités : des tables rondes et expositions pour valoriser l'innovation des entrepreneures. Les ruptures de tâches et de processus sont ici exprimées comme des préférences : un collectif présente des pratiques ou des milieux que l'autre ne présente pas. Ainsi, les EA préfèrent les pratiques de capacitation (trouver les bons contacts, liberté de la micro-entreprise) : c'est le cas d'une ébéniste (EA4) qui bénéficie d'une couveuse d'entreprises pour tester son concept de commercialisation. Les EF préfèrent les milieux d'évaluation (créer des partenariats avec des profils variés) : c'est le cas de EF8 qui met en avant des produits zéro-déchets confectionnés par des artisanes de sa région. Les EA privilégient les conseils de leur entourage pour entreprendre en capacitation, comme cette artisane (EA9) qui bénéficie du soutien

de son père pour la création de son entreprise. Les EF favorisent la gestion des différents rôles et l'ambition du développement durable en phase d'évaluation, comme cette créatrice de startup (EF6) qui fait un lien entre les artisans, le numérique et la gestion des ressources alimentaires du territoire. On retrouve pour les EA la place de la confiance [BOU 08] qui est ici accordée aux « bonnes personnes », ce qui peut inclure, ou non, les institutions ou d'autres entrepreneures. Les EF rejoignent les observations de Debray et Paradas [DEB 17] en permettant l'essor du développement durable dans leur organisation, ainsi qu'en ayant un impact au-delà de leur organisation, dans d'autres secteurs, régions ou autres pays.

7.2.3 Caractérisation d'une distance culturelle en 2025

Enfin, en 2025, la distance caractérisée est culturelle : elle s'articule autour de valeurs-ressources et défis partagés [CAM 25]. Les entrepreneures participent cette année-là à des activités de valorisation et d'accompagnement communes. Seule une rupture interpersonnelle est identifiée : les EF préfèrent la polyvalence et le confort de vie en performance. EF10, par exemple, met en place un comité de la bonne humeur pour faciliter la convivialité. Il en découle des variations thématiques dans le même régime de conversation et pour des thématiques communes : les EA relient savoir-faire et fournisseurs locaux (créer des pâtisseries avec de la farine locale pour EA13), les EF relient savoir-faire et clientèle internationale (valoriser un geste technique pour la haute-couture pour EF10). Cette variation se traduit par la recherche d'une performance globale et la sensibilité à l'éco-conception des EA [PAR 13], [DEB 19]. Les EF, elles, favorisent la gestion de leurs différents rôles et relations [LEB 15].

8. Discussion : impact sur l'accompagnement, la place du numérique et l'identité de l'entrepreneuriat au féminin

8.1 Impact sur l'accompagnement : construction d'une relation dialogique par la confiance de proximité et l'empowerment territorial des dirigeantes et entrepreneures

Les ruptures et variations que nous observons sont constitutives d'un dialogue territorial constructif de sens [FIG 18] : elles sont territorialisées en tant que canaux permettant ou non la transmission de messages entre différents acteurs. Cela a plusieurs implications en fonction des activités d'accompagnement observées. Par exemple, en 2025, des conseillers spécialisés de la CMA CVL se déplacent, en plus des conseillers territoriaux, pour valoriser les créations (réalisation d'une vidéo sur les femmes et l'artisanat¹⁴). Ils accompagnent les dirigeantes et artisanes (réalisation de diagnostics numériques, entretiens conseils RH) pour les entreprises d'un même territoire. Cela facilite la mise en place d'un face-à-face porteur de sens [FIG 18] : les conseillers comprennent la réalité des créations uniques des EA, les EA comprennent le rôle des conseillers. Cela fait partie d'une construction de confiance avec le territoire dans une perspective d'empowerment [GUE 11].

8.1.1 Une confiance à construire entre innovation de niche et innovation organisationnelle

Cette complémentarité montre les variations et distances transactionnelles entre la valorisation de la technicité des métiers des EA et l'innovation organisationnelle et sectorielle liée au territoire des EF. Pour les acteurs de l'accompagnement à la création d'entreprise, cela signifierait que si nous retrouvons la nécessité de clarifier la lisibilité des rôles pour créer la confiance [BOU 08], pour les EA, cette confiance se construirait par une innovation de niche [PER 05], avec une recherche d'indépendance [JOU 14]. Dans cette dynamique, sont tour à tour mises en avant la technicité des métiers d'art (ébénisterie, tapisserie), mais aussi les matières (bois et époxy, recyclage), et les approches innovantes (expositions à l'étranger, utilisation d'une manufacture de proximité). Par exemple, EA16 utilise les réseaux sociaux pour lancer une nouvelle animation destinée aux jeunes familles de son village. Pour les EF, il s'agirait d'une confiance construite sur l'innovation sectorielle [SAN 16] avec des thématiques de gestion RH (montée en compétences ou en responsabilité) et du bien-être quotidien par la formation du management et les

¹⁴ Les vidéos réalisées et les portraits sont accessibles sur le Proxiscopie :

<https://proxiscopie.ricod.net/index.php/2025/06/27/autour-des-femmes-de-lartisanat/>

partenariats. EF10 met en place un partenariat avec une crèche locale pour faciliter le quotidien de ses salariés.

8.1.2 La recherche d'une richesse de vie et de relations diversifiées sur les territoires

Cette observation nous conduit aux impacts pour les acteurs territoriaux. C'est ici que les espaces-frontières nous semblent pertinents : EF et EA peuvent identifier, nourrir et développer leurs valeurs et activités communes tout en soulignant leurs spécificités [SEV 21]. Espaces de rencontres informelles, d'échanges inter-entreprises et valorisation de la créativité permettent la co-construction de cette relation dialogique. Ces actions partenariales relient acteurs politiques (la CMA CVL et ses partenaires économiques), territoriaux (collectivités, entreprises d'autres secteurs, associations) et économiques (les entreprises, leurs fournisseurs et partenaires technologiques). S'inscrivent dans ces dispositifs les activités de valorisation des femmes du numérique et des femmes de l'artisanat au sein desquelles les participantes sont observées. Dans notre approche, ils sont désormais également des espaces permettant de caractériser les ruptures transactionnelles en fonction des objectifs, contraintes et aspirations des acteurs.

L'importance des territoires, thématique commune aux deux groupes en 2025, traduit la place centrale de l'écosystème d'entraide des entreprises, dont les acteurs de l'accompagnement peuvent faire partie. Pour les EA, le territoire est un milieu d'engagement (« un lieu à faire vivre ») et une pratique de performance (« travailler avec des fournisseurs locaux »). On retrouve la recherche d'une richesse de vie [JAC 04] et la construction de sens [JOU 14], en lien avec la difficulté qui les distingue de bien identifier les contacts [LEB 15]. Pour les EF, le territoire apparaît de manière transverse en engagement (« mise en place de navettes »), en capacitation (« travailler avec les indépendants locaux ») et en performance (« développer l'international »). Les EF créent des partenariats avec des profils différents, ce qui souligne leur impact sur les relations sectorielles [SAN 16]. EF 10 mentionne la mise en place de forums RH par le territoire, ce qui leur permet d'identifier des talents locaux et de valoriser les métiers de leur filière.

8.1.2 Financer une complémentarité trans-sectorielle de l'innovation

Enfin, le financement prend une place sous-jacente dans la priorité donnée par les EA de développer une nouvelle clientèle, mais également la recherche de nouveaux locaux. C'est également l'une des composantes du développement de nouveaux services des EF. Elle en soulignerait la complémentarité entre secteurs (numérique, industriel ou agricole) en facilitant par exemple le financement des EA (EA14 développe des recettes spécifiques avec des chercheurs pour garantir la teneur en produit naturel de ses créations en savonnerie), tout en répondant au besoin des EF de travailler avec des profils variés (EF5 aime faciliter la création de liens entre les entrepreneurs qui lui louent des espaces de travail dans son établissement), favorisant les conditions de réalisation de leur innovation commune [LEB 15]. En cela, les ruptures et variations observées influent sur le pouvoir d'interagir des dirigeantes en soulignant des complémentarités dans leurs spécificités [CAM 25].

Cette différenciation d'une innovation classique et d'une innovation relative [BRE 08] pourrait conditionner l'accès au financement de l'innovation pour les EA. La prise en compte d'une recherche d'innovation de niche [PER 05] permettrait notamment de faciliter la lecture des ambitions entrepreneuriales et territoriales des EA par les financeurs. En particulier, les EA observées démontrent une priorisation des compétences techniques [COG 24] et la recherche d'une performance globale [DEB 19] qui les relient aux EF. En 2024, EF7 accompagne plusieurs participantes artisanes dans la réalisation de leur pitch de présentation, EA7 met ainsi en avant un prix reçu aux Etats-Unis pour l'exposition d'une de ses créations.

8.2 Sensibilité responsable et risques de dépendance techno-financière du numérique

Nous proposons ici d'analyser la thématique du numérique dans les ruptures et variations entre EA et EF. En 2023, on voit s'exprimer la distance expérientielle : des pratiques numériques de capacitation pour les EA (ateliers, conférences, visites), et des pratiques d'évaluation pour les EF (espaces

d'innovation, démonstration). En 2024 et 2025, d'un point de vue territorialisé, le numérique participe d'une porosité facilitant l'équilibre en homogénéité et hétérogénéité des collectifs [RCH 21] : ils se territorialisent dans des interfaces entre des tâches et processus variants. Pour les EA, cet équilibre repose sur le développement commercial et la nécessité d'être accompagnée au numérique, comme EA6 qui bénéficie d'un conseil spécialisé pour revoir sa charte graphique [SOU 25]. Pour les EF, si les réseaux sociaux numériques [CEG 21] sont bien mobilisés pour valoriser les femmes, cette valorisation a pour objectif de « susciter des élans entrepreneuriaux » [CHA 13], notamment à travers les pratiques de recrutement. Par exemple, EF6 travaille avec des partenaires favorisant la réinsertion professionnelle pour faire produire une partie de ses articles zéro-déchets.

Selon nous, cela souligne les attraits pour des thématiques pratiques et techniques pour les EA, identifiées par Cognie [COG 24] et Paradas et al. [PAR 13], dont la sensibilité au numérique responsable et l'éco-conception, avec un risque au regard des performances réelles des plateformes de ventes pour les femmes créatrices [CHA 18]. Les EF sont dans une dynamique d'innovation technique et organisationnelle [POL 17]. La volonté de travailler avec un écosystème d'entrepreneurs locaux partageant les mêmes valeurs, souligné par EF6, est cependant à mettre en lien avec la dépendance financière aux subventions mise en avant par EF2 en 2023 dans la construction d'une confiance territoriale via des pratiques d'empowerment [BOU 08, GUE 11]. Cette volonté est également à prendre en compte dans la possibilité, qui existe par ailleurs entre plusieurs entreprises observées en 2024, de mettre en commun leurs compétences et créations numériques à des fins de partage et de solidarité [MON 25]. EF7 partage ainsi une campagne de communication commune avec plusieurs artisanes et commerces partenaires sur les réseaux sociaux.

8.3 Négociation identitaire de l'entrepreneuriat féminin entre une innovation de niche artisanale et une innovation organisationnelle au féminin

Enfin, nous proposons d'analyser l'évolution des ruptures interpersonnelles pour comprendre quel imaginaire commun des dirigeantes EA et EF co-construisent. En 2023, la distance expérientielle fait varier les projections mobilisant l'innovation. Elle apparaît spécifique et informelle pour les EA (EA1 présente la création d'une association et l'évolution de son métier vers la formation), de manière guidée et pratique pour les EF (EF2 partage son parcours et difficultés dans ses relations avec les banques, EF3 présente son métier de « femme du numérique »). En 2024, ce sont les défis partagés liés aux réseaux sociaux qui sont communs : pour les EA, ce défi est lié à des valeurs de confiance dans la construction d'un réseau de relations [DEB 19] avec des partenaires qui facilitent le dépassement de croyances limitantes [CEG 21]. Pour les EF, ce défi est lié à la gestion et l'organisation, en lien avec la distance servicielle observée cette année-là. En 2025, les EA projettent la nécessité de valoriser la nature (EA14 travaille avec une race protégée pour produire ses savons) et les EF projettent la nécessité de recruter en valorisant les métiers (EF10 met en avant des formations internes courtes et qualifiantes). Ce sont ici les métiers et l'ancrage territorial qui sont en commun, avec la protection de l'environnement pour les EA et le recrutement pour les EF : c'est la distance culturelle observée.

L'analyse des ruptures interpersonnelles confirme ainsi que si les artisanes sont des entrepreneures comme les autres, elles présentent des spécificités de projets niches, de confiance de proximité, d'une richesse de vie, de priorités commerciales et durables qui peuvent les différencier d'autres entrepreneures ou entreprises valorisant les dirigeantes. Ces dernières sont plus centrées sur la gestion, l'innovation et le recrutement, dans une approche sectorielle et organisationnelle. Ces éléments témoignent de constructions identitaires confrontées et négociées où, tout en projetant un imaginaire commun des dirigeantes et entrepreneures, EA et EF présentent des spécificités expérientielles (niche vs. innovation), servicielles (confiance vs. diversité) et culturelles (commerce durable vs. gestion et anticipation).

9. Conclusion

Dans cet article, nous tentons d'abord d'identifier les éléments socio-économiques et communicationnels qui composent la construction identitaire des entrepreneures. En observant le terrain

des entreprises d'artisans ou valorisant des femmes en région Centre-Val de Loire, nous identifions plusieurs questions de départ sur la place de l'accompagnement, des outils numériques et la construction d'un imaginaire commun de l'entrepreneure. Pour investiguer ces différents angles, nous constituons un état de l'art qui s'appuie sur une approche socio-constructiviste [CON 14] et anthropologique [PIC 22] de l'identité des entrepreneures. Cette dernière révèle d'une part la place des réseaux sociaux [SAN 16], de la gestion et de l'innovation pour les dirigeantes [CEG 21]. Elle révèle également des spécificités artisanales autour de l'innovation de niche [PER 05], la recherche d'indépendance [JOU 14] et l'importance de la maîtrise du numérique pour le développement commercial [SOU 25] et la mise en place d'une solidarité partagée [MON 25]. Nous proposons un cadre théorique pour caractériser les ruptures interpersonnelles, de tâches et de processus [PER 25] dans la négociation identitaire entre les entrepreneures au sein d'espaces frontières [SEV 21] en mobilisant les territoires-projets [CAM 25].

Les résultats font apparaître des flux transactionnels au sein des EA et des EF construits lors d'événements, de conférences et de visites réalisées auprès de 26 entreprises entre 2023 et 2025. Ces flux soulignent les valeurs, les pratiques et milieux d'activités de chaque collectif, et leurs évolutions au cours des trois ans. Ils permettent de caractériser une distance expérientielle en 2023, une distance servicielle en 2024 et une distance culturelle 2025 entre les deux groupes. Ces éléments informationnels mettent en avant des variations de préférences et des thématiques communes aux EA et EF. Nous en concluons en premier lieu la nécessité de créer une confiance [BOU 08] avec les acteurs de l'écosystème de l'accompagnement des organisations. La valorisation de la technicité des métiers des EA participe à la visibilité des métiers des EF dans leur problématique de recrutement. Les territoires doivent, eux, prendre en compte la solidarité des entreprises locales et proposer des espaces de valorisation des initiatives RH des EF et des créations des EA. Nous déterminons également l'importance des outils numériques pour le développement commercial des EA, notamment la maîtrise des réseaux sociaux, qui diffèrent d'une approche gestionnaire des outils numériques des EF, liée à leur attractivité employeur. L'ensemble des valeurs observées démontrent enfin la possibilité de construire une identité régionale des entrepreneures autour de l'innovation, de l'ancrage territorial, d'un usage différencié des réseaux sociaux et des métiers. Ces valeurs communes s'expriment en fonction de priorités qui diffèrent : la recherche d'un modèle économique durable pour les EA et de nouveaux salariés pour les EF. Les variations de pratiques et de milieux peuvent également expliciter un accès différent aux financements, en particulier de l'innovation, qui s'avère classique pour les EF et relativiste pour les EA [BRE 08], offrant des possibilités de complémentarité trans-sectorielle de financement.

Si cette étude s'appuie sur l'observation socio-anthropologique des transactions coopératives entre EA et EF [ZAC 20], elle mobilise un nombre limité d'entreprises de femmes, et notamment des entreprises dont les moyens et les ressources diffèrent. Ne sont également considérées que des entreprises de la région Centre-Val de Loire. Il conviendrait de conduire une approche quantitative, en comparant d'autres régions, rapprochant à la fois les effectifs d'entreprises de chaque groupe de leur représentativité territoriale, mais également d'intégrer les variations d'effectifs entre les organisations (ils vont, dans notre cas, de 0 à plus de 100 salariés). Néanmoins, cette approche qualitative permet de mettre en lumière des thématiques et priorités évoquées au sein de chaque collectif observé, pour analyser les distances des valeurs, pratiques et milieux d'activités des entrepreneures. En outre, la variation des activités entre chaque année, et notamment les visites d'entreprise en 2025, influe sur les interactions collectées. Elle permet cependant une observation de différentes situations d'activités des entrepreneures, y compris *in situ*, tout en prodiguant un cadre longitudinal à une analyse socio-constructiviste [CON 14] de leur identité. L'observation sur trois années est à relativiser avec la courte période d'observation, et pourrait être contrastée avec des lectures plus longtermiste des variations d'imaginaires communs.

Plusieurs approfondissements semblent possibles sur la base de ces observations. La méthodologie des territoires-projets mobilisée [CAM 25] fait appel aux flux transactionnels territorialisés, et s'appuie sur les typologies de conflits [PER 25]. Un approfondissement théorique des liens entre la proximité technique et sociale de Billaudot [BIL 05] et des typologies de conflits permettraient de compléter le cadre théorique de la territorialisation des transactions coopératives. Par ailleurs, une analyse des rôles transactionnels, et notamment la détermination des relations et cultures résultantes des distances

observées entre les groupes, paraît une ouverture naturelle, une fois les flux transactionnels déterminés. La caractérisation des distances, et la mise en avant de proximités dans les valeurs-ressources, offrent un axe méthodologique pour définir des comportements, profils et postures dans des collectifs sous-jacents à l'œuvre dans l'écosystème de l'accompagnement (partenaires, financeurs, territoires...) Ainsi constituée, cette dynamique transactionnelle territorialisée permettrait de comprendre comment les pratiques et milieux d'activités facilitent ou inhibent l'accès au financement ou la visibilité des métiers. Dans notre étude, les variations des imaginaires des dirigeantes et entrepreneures constituent des ressources à mobiliser pour comprendre comment ces sous-collectifs co-constituent des territoires porteurs de richesse de vie [JAC 04] et d'innovation organisationnelle [CHA 13] pour un accompagnement de proximité basée sur la confiance [BOU 08].

Bibliographie

- [BIL 05] BILLAUDOT, B., « LE TERRITOIRE ET SON PATRIMOINE », GEOGRAPHIE, ECONOMIE, SOCIETE, 2005/1 VOL° 7, p.83-107, 2005.
- [BOU 08] BOUTILLIER, S., « Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux », *Humanisme et Entreprise*, 2008/5 n° 290, p.21-38, 2008.
- [BRE 08] BRECHET, J.-P., JOURNE-MICHEL, H., & SCHIEB-BIENFAIT, N., « Figures de la conception et de l'innovation dans l'artisanat », *Revue Internationale PME*, p 43-73, 2008.
- [CAM 25] CAMP, J., « Territorialisation des Transactions Coopératives dans la transition hybride de l'Artisanat », Thèse de doctorat, Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris, 2025.
- [CEG 21] DE CEGLIE, A., « Les stratégies de carrière des leaders féminins : une construction sociale paradoxale à travers les réseaux sociaux numériques », *Management des technologies organisationnelles*, Les Presses des Mines, 2021.
- [CHA 13] CHABAUD, D., LEBEGUE, T., « Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives », *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, 2013/3 n°7, vol. 2, p.43-60, 2013.
- [CHA 18] CHAVES FERREIRA, B., JOURDAIN, A. ET NAULIN, S., « Les plateformes numériques révolutionnent-elles le travail ? Une approche par le web scraping des plateformes Etsy et La Belle Assiette », *Réseaux*, 212(6), p. 85-119, 2018.
- [COG 24] COGNIE, F., « L'artisane des années 1970-1980 à aujourd'hui », *Entreprises et histoire*, 2024/2 n° 115, p.83-97, 2024.
- [CON 10] CONSTANTINIDIS, C., « Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneure », *Revue française de gestion*, 202(3), p. 127-143, 2010.
- [CON 14] CONSTANTINIDIS, C., « Femmes entrepreneures », *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po, Paris, p. 287-300, 2014.
- [DEB 17] DEBRAY, C., PARADAS, A., « Conclusion. Quelles femmes pour quelles entreprises ? », *Questions de société*, p.83-87, 2017.
- [DEB 19] DEBRAY C., PARADAS A., POLGE M., FOURCADE C., « Mixité de genre et performance dans l'artisanat du bâtiment : points de vue comparés entre artisan(e)s et parties prenantes institutionnelles dédiées à l'accompagnement », *11e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, Montpellier, 2019.
- [DRE 05] DE DREU C. K. W., BEERMA, B., « Conflict in organizations : beyond effectiveness and performance », *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Psychology Press, 2005.
- [GIL 23] GILBERT, P., & CORON, C., « La représentation anthropotechnique pratique : contribution à une approche communicationnelle de la transformation numérique », *Communication & management*, 2023/1 Vol. 20, p. 49-62, 2023.
- [GUE 11] GUERIN, I., KUMAR, S., « L'ambiguïté des programmes d'empowerment : entre domination, résistance et instrumentalisation », *Femmes, économie et développement De la résistance à la justice sociale*, érès, Sociologie économique, p.129-154, Toulouse, 2011.
- [JAC 04] JACQUES-JOUVENOT, D., TRIPIER, P., « Conquérir un statut pour les femmes d'artisans Entretien avec Madame Roset », *Cahiers du Genre*, 2004/2 n° 37, p.59-69, 2004.
- [JOU 14] JOURDAIN, A., « Les reconversions professionnelles dans l'artisanat d'art Du désengagement au réengagement », *Sociologies pratiques*, 2014/1 n° 28, p.21-30, 2014.

- [LEB 15] LEBEGUE, T., « L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneurs Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ? », *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 14(2), p. 109-138, 2015.
- [MEU 03] MEUNIER, J.-P., « Approches systémiques de la communication Systémisme, mimétisme, cognition », *De Boeck Supérieur*, 2003.
- [MOI 06] MOINE, A., « Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie », *L'Espace géographique*, 2006/2 Tome 35, 115-132, 2006.
- [MON 25] MONJARET, A., « Chapitre 1 : Le métier de modiste en autonomie créatrice, réputation et loi du marché du luxe », *L'artisanat au coeur des industries créatives*, ISTE Editions, Paris, 27-43, 2025.
- [PAR 13] PARADAS, A., DEBRAY, C., REVELLI, C. ET COURRENT, J.-M., « Les femmes dirigeantes de PME ont-elles des pratiques de RSE spécifiques ? », *Recherches en Sciences de Gestion*, 97(4), p. 187-207, 2013.
- [PER 05] PERRIN, C., « L'artisanat au féminin. Les artisanes en France au XX^{ème} siècle », *Histoire et Sociétés*, 2005.
- [PER 25] PERUGIEN, S., « Leadership au féminin et autorité défiée : la face cachée d'un succès entrepreneurial », *Communication & management*, 2025/2 N° 222, p.37-72, 2025.
- [PIC 22] PICQ, P., « XX^{ème} siècle et conclusion ? », *Comment la modernité ostracise les femmes Histoire d'un combat anthropologique sans fin*, Odile Jacob, p.273-301, 2022.
- [PIG 19] PIGE, B., « La territorialisation comme condition de durabilité des organisations », *Revue COSSI*, 7, 2019.
- [POL 17] POLGE, M., UCHAN, E, ESTIMBRE, M., DELORME, S. ET CAMMARATA, C., « Chapitre 2. Opportunité : la valorisation des femmes par l'entreprise », *Questions de société*, p.27-39, 2017.
- [RCH 21] RCHIKA, T., RENARD, D., & LAMBOTTE, F., « Entre homogénéité et hétérogénéité Une discussion empirique du rôle des objets-frontières dans le réseau d'innovation OuiShare », *Approches Théoriques en Information-Communication (ATIC)*, 2021/1 N° 2, p. 23-45, 2021.
- [SAN 16] SANTONI, J., « Spécificités, obstacles et levier potentiel de l'entrepreneuriat des femmes État des littératures francophone et anglophone », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels - RIPCO*, 2016/54 Vol. XXII, p.207-228, 2016.
- [SEV 21] SEVERO, M., « L'impératif participatif : Institutions culturelles, amateurs et plateforme », *Collection Études & Controverses*, Éditions de l'INA, 2021.
- [SOU 25] SOUBAYA, I., RAMAROSON, A., « Résilience et opportunités entrepreneuriales durant la covid-19 : le cas des artisanes de l'Île de la Réunion », *Communication & management*, 2025/2 N° 222, p.73-10, 2025.
- [ZAC 16] ZACKLAD, M., « Diversité des ontologies de la communication et de l'action collective », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2016.
- [ZAC 20] ZACKLAD, M., « Changements de régimes de conversation dans la transition numérique. », *Approches Théoriques en Information-Communication (ATIC)*, 2020/1 N° 1, p. 7-40, 2020.
- [ZAC 21] ZACKLAD, M., CATOIR-BRISSON, M.-J., « Culture de la conception et du design dans la recherche-intervention en SHS », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2021.