



SEMAINES DE  
SENSIBILISATION DES JEUNES

FEMMES & ENTREPRENEURIAT

10<sup>e</sup> Edition

Du 7 au 27 mars 2022

100000  
ENTREPRENEURS 



# Evaluation des Semaines de sensibilisation des jeunes - Femmes et Entrepreneuriat (SEF)

*Rapport final d'évaluation*

Juin 2022

- Le SociaLab -

# Sommaire

## Introduction

- I. Analyse de la pertinence des SEF.....p. 8**
  - 1. Les enjeux qui fondent l'action : une revue de la littérature
  - 2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF
  - 3. Les impacts visés sur les élèves
  
- II. Les SEF au concret : analyse des conditions de mise en œuvre.....p.25**
  - 1. Principes de mise en œuvre & grands chiffres de la 10ème édition
  - 2. Sur les territoires, des configurations très diversifiées
  - 3. Un paramètre-clé : l'engagement personnel des entrepreneurs
  - 4. Du point de vue des enseignants : attentes & vécus des SEF
  
- III. Les vécus des SEF & les impacts sur les élèves.....p. 36**
  - Des vécus globalement très positifs
  - Quatre principaux impacts
  - Plusieurs facteurs de variabilité
  
- IV. Synthèse conclusive.....p. 54**

## Annexes :

- Méthodologie détaillée
- Bibliographie

# Introduction

- Contexte & objectifs de l'évaluation
- Présentation de l'équipe évaluatrice
- Synthèse de la méthodologie

# Contexte & objectifs de l'évaluation

---

**Les Semaines de sensibilisation des jeunes – Femmes et entrepreneuriat (SEF) représentent un dispositif central pour l'association 100 000 entrepreneurs.** Représentant un tiers de son activité, elles mobilisent environ 1 800 entrepreneures. En 2022, la 10<sup>e</sup> édition a touché plus de 40 000 jeunes, en majorité des collégiens et lycéens, dans plus de 1 000 classes réparties dans 28 académies.

**Les SEF constituent une intervention fondée sur le témoignage et l'identification, au moment où s'esquissent les parcours d'orientation et les aspirations des jeunes adolescents. Ponctuelle, l'intervention est organisée en lien étroit avec l'enseignant et la ou les entrepreneure(s) impliquée(s).**

**A l'occasion des dix ans des SEF, et alors que l'opération rencontre chaque année un engouement croissant,** l'association a souhaité mener une évaluation d'impact qui lui permette de faire le point sur l'opération, d'apprécier ses impacts sur les jeunes et d'affiner sa stratégie, dans un contexte de fort développement de l'action.

**Elle a fait appel au SocialLab pour réaliser une étude scientifique de manière à connaître et à valoriser les effets des SEF sur ses cibles premières, les élèves (filles et garçons) :** évolution des représentations, prise de conscience des qualités et des postures de l'entrepreneur, confiance en soi, déconstruction des stéréotypes, levée de l'autocensure...

Cette évaluation a fait l'objet d'un financement du **ministère délégué chargé de l'égalité femmes/hommes, de la diversité et de l'égalité des chances.** Elle s'inscrit dans le cadre du soutien accordé à l'association pour la mise en œuvre et le développement des SEF.

## Objectifs de l'évaluation

- 1. Offrir une connaissance sociologique** des vécus des jeunes et des impacts de cette opération, sur eux en recueillant leurs regards et en les croisant avec ceux des enseignants et entrepreneures
- 2. Donner à voir la plus-value globale du projet** et contribuer à sa communication auprès des partenaires, en offrant une vision chiffrée des impacts sur les élèves
- 3. Aider au pilotage et à la progression de l'action,** en identifiant des leviers d'impact et pistes d'amélioration, et en livrant à l'association des préconisations stratégiques et opérationnelles



## LE SOCIALAB



Fondé en 2016, Le SocialLab est un cabinet d'étude et de conseil créé en réponse aux besoins des acteurs publics et privés investis dans le développement de démarches d'innovation sociale. En accompagnant l'ensemble de ces acteurs, **notre projet est de contribuer à l'amélioration des politiques publiques et de renforcer l'impact des interventions associatives dans le champ de l'action sociale, éducative et de l'insertion.**

Conçu comme un « laboratoire social », le SocialLab mobilise les savoirs produits par les sciences sociales pour proposer à ses clients une analyse fine des enjeux sociaux et éducatifs adressés et promouvoir de nouvelles stratégies d'intervention. Nous contribuons également à la diffusion de nouvelles connaissances scientifiques à travers un projet pluriannuel de Recherche & Développement.

Dotée de solides compétences d'accompagnement et de conseil, notre équipe possède une expertise sectorielle et méthodologique permettant de s'adapter à différents besoins : évaluation d'impact, accompagnement stratégique, etc.



01.  
Évaluer



03.  
Innover



02.  
Valoriser



Le Socialab est installé au Tank  
"Création. Inspiration. Ambition."



## Un partenariat SocialLab x KPAM



L'évaluation a été l'occasion d'expérimenter de nouvelles alliances méthodologiques en croisant l'expertise sociologique du SocialLab et celle, méthodologique, du cabinet KPAM, expert en analyse textuelle.

Le partenariat entre les deux cabinets a porté sur le traitement d'une grande enquête par questionnaire renseignée par plus de 2200 élèves ayant participé aux SEF en mars 2022. *Via* des outils d'analyse textuelle et de visualisation dédiés, l'objectif était de comprendre finement et en profondeur les ressentis et attentes des jeunes, en montrant quelles tendances ressortent en matière de représentations des élèves interrogés, à travers leurs mots.

Concrètement, dans l'enquête administrée par Le SocialLab auprès des élèves, deux champs dits « non fermés » (c'est-à-dire appelant à des réponses libres) ont été traités par l'équipe de KPAM. Il s'agit des questions suivantes :

*Qu'as-tu pensé de la femme entrepreneure qui a témoigné ?  
Cette intervention a-t-elle modifié l'image que tu avais des  
entrepreneurs ? Précise ce que cela a changé.*

*Qu'est-ce qui pourrait te faire douter  
ou t'empêcher de te lancer dans un  
projet qui te tient à cœur ?*

L'objectif de ces questions ouvertes était d'une part de saisir l'évolution des représentations de l'entrepreneuriat féminin chez les élèves suite à l'intervention, et d'autre part d'identifier les types de barrières qui peuvent freiner la réalisation de projets entrepreneuriaux au sens large. Le traitement de ces réponses, croisé à d'autres variables (sexe, âge, présence d'un entrepreneur dans l'environnement familial...), a permis d'identifier certaines tendances spécifiques aux jeunes filles.

Ce travail a été mis en œuvre et valorisé dans le cadre du Diplôme universitaire (DU) « Etudes sur le genre » (Université Rennes 2) mené par Julie KHADIDE-BOUCHAUT, consultante au sein du cabinet.

**Les résultats sont restitués dans un [rapport d'étude dédié](#).**

# Synthèse de la méthodologie

## Phase de cadrage (octobre – janvier 2022)

- Analyse documentaire
- Revue de littérature en sciences sociales
- 8 entretiens de cadrage au sein de l'équipe et auprès de partenaire
- 2 comités de pilotage
- 2 séances de travail avec l'équipe

## Phase d'enquête (mars - avril 2022)

### ENQUETE QUALITATIVE (mars 2022)

- 6 séances d'observation
- 12 entretiens avec des enseignants et intervenantes
- 6 *focus groups* avec les élèves
- Des échanges de « mise en perspective » avec 2 associations

100000  
ENTREPRENEURS

### ENQUETE QUANTITATIVE (avril 2022)

- Un questionnaire national auprès des élèves du collège et lycée
- Une vingtaine de questions, adaptées aux différents profils
- 2280 répondants



*La méthodologie détaillée est présentée en Annexe*

# I. Analyse de la pertinence

*Dispositif d'ampleur nationale, les SEF ont été conçues en réponse à des enjeux sociaux et éducatifs centraux : l'orientation choisie, la sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat et la déconstruction des stéréotypes de genre concernant les parcours professionnels.*

*Cette première partie du rapport éclaire ces enjeux à la lumière des sciences sociales. Elle examine les intentions de 100 000 entrepreneurs, montrant que les objectifs et partis-pris des SEF s'avèrent pertinents au vu des besoins sociaux.*

*L'analyse révèle un positionnement des SEF à la croisée entre la « théorie d'action » globale portée par l'association, et une spécificité « Femmes » construite pragmatiquement, sans théorisation préalable des impacts visés.*

- 1. Les enjeux qui fondent l'action : une revue de la littérature**
- 2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF**
- 3. Les impacts visés sur les élèves**



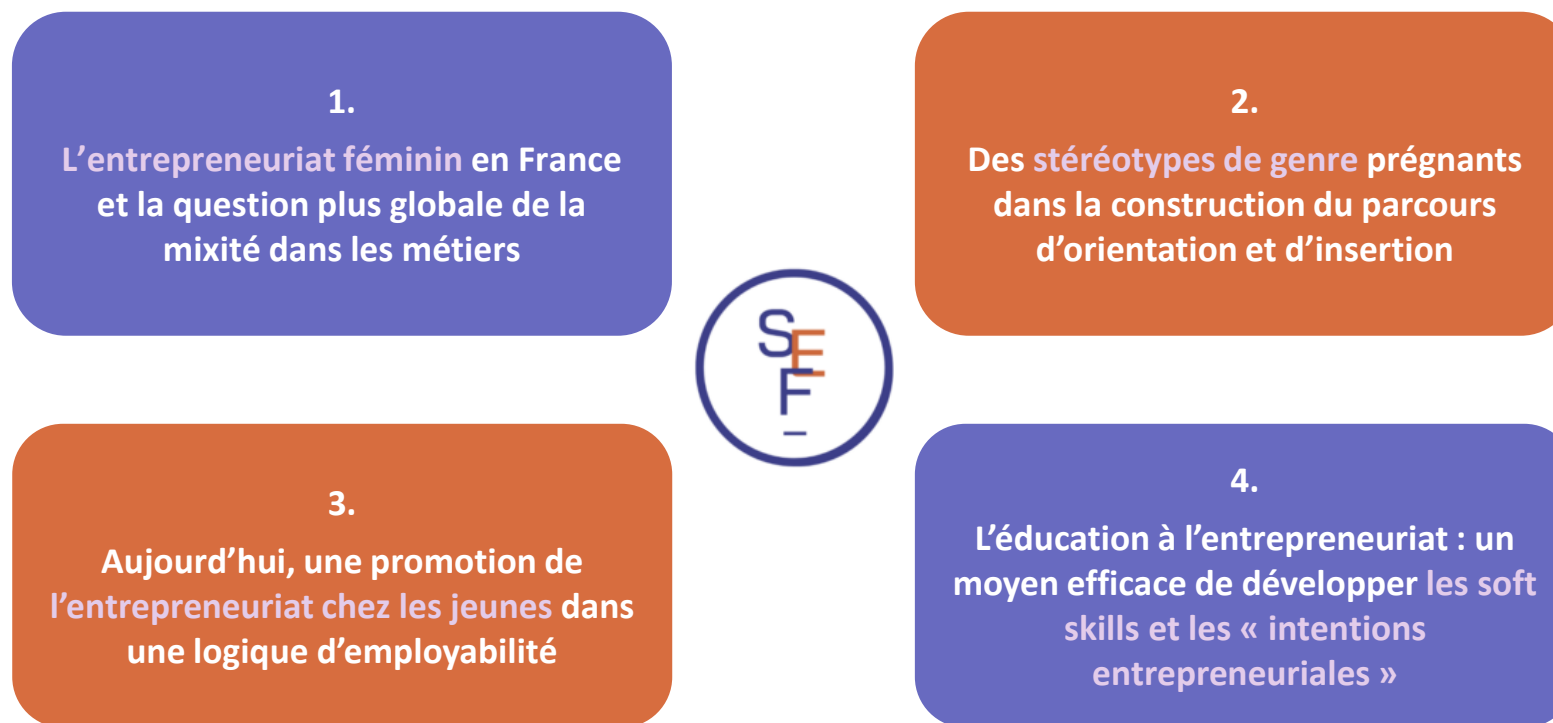
# I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

La démarche d'évaluation débute par **l'analyse du cadre théorique de l'intervention**, nommé « théorie d'action ». Il s'agit de revenir sur les intentions de l'association et ce qu'elle propose au travers des SEF, en examinant la manière dont cela répond à des enjeux sociétaux et sociaux, et en étudiant la pertinence des modes d'intervention proposés.

**A l'origine de l'opération SEF : le constat d'inégalités dans les parcours d'orientation et de la prédominance de stéréotypes de genre freinant les parcours des femmes dans l'entrepreneuriat, dans l'entreprise, et la mixité dans certains métiers.**

La revue de littérature suivante éclaire ces enjeux en s'appuyant sur **les travaux en sciences sociales**. Elle dresse 4 grands constats :



# I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

## 1. L'entrepreneuriat féminin en France et la question plus globale de la mixité dans les métiers

### *L'enjeu du passage de l'intention à l'action*

En France, l'**intention entrepreneuriale** des jeunes français de 18-24 ans est **parmi les plus fortes des pays développés** : un jeune sur quatre déclare avoir envie d'entreprendre (Fayolle & Laffineur, 2017). L'image de l'entrepreneuriat est **particulièrement positive chez les jeunes de moins de 30 ans** : 62% des jeunes estiment que l'entrepreneuriat est un bon choix de carrière, et près de 70% pensent que cette voie offre un haut statut social (*ibid.*, tranche des jeunes 18-24 ans).

Cette attirance pour l'entrepreneuriat, **à un âge où les jeunes construisent leur orientation et leurs premiers pas professionnels**, apparaît liée à l'évolution des représentations sociales associées à l'entrepreneuriat au sein des jeunes générations, et notamment à la **popularité croissante de l'entrepreneuriat social**. Ainsi que l'illustre l'enquête réalisée par le cabinet KPAM en partenariat avec l'association 100 000 entrepreneurs et le ministère de l'éducation nationale, de la jeunesse et des sports, quand ils pensent à leurs projets entrepreneuriaux futurs, **près d'un quart des jeunes se projette dans un entrepreneuriat lié à l'engagement et au sens**. La sensibilité des jeunes aux questions environnementales et sociales constitue ainsi un contexte propice aux envies entrepreneuriales chez les jeunes (KPAM, 2021).

Toutefois, **c'est le « passage à l'acte » qui demeure problématique** (Bosma & Kelley, 2019 ; Gabay-Mariani, 2020). Ce décalage, bien étudié par les chercheurs spécialistes de l'entrepreneuriat, entre souhait et concrétisation, s'explique par **le déficit de compétences et d'identification d'opportunités**, avec notamment en France une **forte prégnance de la peur de l'échec**, associée à la **perception d'un manque de compétences et d'opportunités** (Fayolle & Laffineur, 2017).

# I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

## 1. L'entrepreneuriat féminin en France et la question plus globale de la mixité dans les métiers

### *L'enjeu plus spécifique de l'entrepreneuriat féminin et de la place des femmes dans les entreprises*

Si la part d'entrepreneures femmes est en progression ces dernières années, **certains secteurs entrepreneuriaux demeurent très peu investis par les femmes** : seulement 10% des entreprises innovantes et du secteur de la technologie sont créées par des femmes. Par ailleurs, on observe que les femmes qui osent « se lancer » sont en moyenne plus diplômées que les hommes et créent en moyenne des entreprises plus petites (*Ibid.*).

Plus largement, on constate **des trajectoires professionnelles différenciées entre hommes et femmes, se traduisant par des choix de secteurs et de métiers distincts**. Certains secteurs, caractérisés par leur précarité et de faibles salaires, sont très massivement investis par les femmes : ainsi 97,7% des aides à domicile sont des femmes, de même que 86,6% des infirmiers et 70% des agents d'entretiens. *A contrario*, elles sont deux fois moins nombreuses à être agricultrices, et plus de trois fois moins nombreuses à être ouvrières (Ministère chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes, de la diversité et de l'égalité des chances, 2021).

Ces trajectoires différenciées tiennent également **aux choix et opportunités de carrière qui s'offrent aux femmes**, qui, là encore, ne sont en moyenne pas similaires à ceux des hommes. Ainsi, **le taux d'activité des femmes reste inférieur à celui des hommes**, notamment pour la tranche des 25-49 ans - qui correspond au moment de fonder une famille -, et elles occupent 79,5 % des contrats à temps partiel (*Ibid.*).

En termes de place des femmes dans les entreprises, si les conseils d'administration des grandes entreprises sont aujourd'hui proches de la parité, **les positions occupées par les femmes dans les entreprises sont en moyenne moins élevées et moins rémunératrices que celles des hommes** : à titre d'exemple dans le secteur privé, les femmes ne représentent que 13% des 0,1% des plus hauts salaires (Insee, 2020).

## I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

### 2. Des stéréotypes de genre prégnants dans la construction du parcours d'orientation et d'insertion

#### *Le poids des stéréotypes de genre dans la construction du parcours d'orientation*

Les travaux menés en sciences sociales ces dernières décennies mettent en évidence que **la représentation des options accessibles dans l'enseignement supérieur diffère fortement entre les élèves de filières générales et technologiques et ceux de filières professionnelles** (Orange et Lemêtre, 2016). Des travaux menés par de jeunes chercheurs français (Frouillou, 2015 ; Proboeuf, 2016) confirment ces tendances en étudiant finement la fabrication par les élèves de leurs stratégies de choix **en fonction de leur origine sociale et de leur niveau scolaire**. Ces mécanismes sont alimentés par la connaissance qu'ont les élèves d'une certaine hiérarchie des formations et des *valeurs* différenciées qu'ont les filières dans la poursuite d'études. Circulent à cet égard un certain nombre de stéréotypes.

La différenciation genrée des voies professionnelles se construit dès les choix de filières au lycée, et ces représentations influent sur les futurs choix de formation et de métier. Ce que les chercheurs nomment **les « inégalités de préférences » – qui conditionnent les premiers choix d'orientation et les aspirations professionnelles** – sont également largement **liées au genre et aux stéréotypes qui y sont associés**. Plusieurs mécanismes sont en jeu :

*« L'effet du genre sur les aspirations professionnelles est assez complexe à saisir. Les meilleures performances des filles les conduisent à effectuer de meilleurs parcours scolaires [...]. Cependant, les filles sont susceptibles d'anticiper la ségrégation sexuée des emplois, laquelle demeure forte depuis vingt ans. » (Rocher & Le Donné, 2012)*

Au total, **cette différenciation des aspirations, des choix et des stratégies entraîne pour les femmes un enjeu d'employabilité** : en effet, bien que réussissant en moyenne mieux leur scolarité, les jeunes filles ne jouissent pas pour autant d'une meilleure insertion professionnelle. À la sortie de l'université par exemple, les filles s'insèrent aussi bien dans le marché du travail que leurs homologues masculins, mais sur **des postes à niveaux de qualification et de salaire en moyenne inférieurs**.

## I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

### 2. Des stéréotypes de genre prégnants dans la construction du parcours d'orientation et d'insertion

#### *La construction progressive de politiques publiques s'adressant à ces enjeux*

Dans ce contexte, les années 2000 voient **l'émergence en France d'une politique d'éducation à l'orientation**. S'esquisse alors **une stratégie d'orientation active dès la scolarité** secondaire où il ne s'agit plus seulement d'orientation *stricto sensu* mais, plus largement, **d'éducation à l'orientation**. Ainsi que le formule la sociologue Nathalie Richit, selon cette nouvelle manière de considérer l'accompagnement à l'orientation :

*« L'élève est responsable, c'est lui qui s'oriente, et le rôle de l'adulte dans l'École consiste à aider l'élève à développer des compétences lui permettant de faire lui-même ses choix » (Richit, 2014)*

Depuis 2010, dans le cadre de la réforme du lycée, **les enseignant.es sont dorénavant appelé.es à jouer un rôle premier dans l'acquisition de capacités à s'orienter**, dans le cadre des enseignements disciplinaires. Des dispositifs comme le « continuum bac - 3 / bac + 3 » et le Parcours Avenir sont déployés. Cette politique vise à modérer les mécanismes de construction des inégalités et à **bâtir un pont entre deux mondes traditionnellement éloignés** : le monde de l'école et le monde de l'emploi.

Une attention croissante est enfin donnée à **la question du genre dans les inégalités d'orientation**, comme le montre le rapport remis par les députés Gaël Le Bohec et Karine Lebon (Assemblée nationale, 2021). Soulignant « *des stéréotypes de genre qui réduisent le champ des possibles et nuisent à l'égalité* », ils appellent à des mesures spécifiques, notamment pour remédier au déficit de filles dans les filières scientifiques et techniques. Ils appellent à **prendre appui sur les « role models » pour enrichir les représentations des élèves, mais aussi des parents et des personnels d'éducation**.

Plus largement, l'Education nationale se dote actuellement d'un cadre et d'outils pour travailler la question du genre : **un label « égalité filles/garçons »** a été proposé très récemment pour soutenir les établissements dans la mise en place de pratiques et pédagogies dédiées (BO officiel du 17/03/22).

## I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

### 3. Aujourd'hui, une promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes dans une logique d'employabilité

#### *L'entrepreneuriat : un moyen de développer les compétences et l'engagement des jeunes*

Ces dernières années, la « culture de l'entrepreneuriat » et de l'innovation est mise à l'agenda politique et se traduit par un **développement de dispositifs pour promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes**, notamment dans les quartiers prioritaires (Trindade-Chadeau, 2019). Cette valorisation des capacités liées à l'entrepreneuriat s'inscrit également dans une dynamique progressive de rapprochement entre l'école et l'entreprise.

Toutefois, l'action publique **oscille entre la promotion de l'entrepreneuriat *stricto sensu***, à travers la stimulation à la création d'entreprise, et la **promotion plus large de l'esprit d'entreprendre**, qui se placerait davantage comme un outil de remobilisation des jeunes et de lutte contre le décrochage scolaire. La visée peut alors être la promotion de l'entrepreneuriat en tant que tel – ***entrepreneuriat comme fin*** – ou celle d'une approche holistique de l'éducation, associée à un objectif de développement de l'individu – ***entrepreneuriat comme moyen*** (Champy-Remoussenard, 2014 ; Tanguy, 2016 ; Verzat et Toutain, 2015; Morel & Maire, 2020).

**L'éducation entrepreneuriale constitue encore en France un champ jeune et en pleine croissance.** Un chargée de la Jeunesse et l'engagement en septembre 2021 – et fondé sur une rapport parlementaire remis à la Secrétaire d'état étude impliquant différentes associations de ce champ, dont 100 000 entrepreneurs – **appelle à structurer davantage ce champ pour en faire un levier de développement de l'engagement des jeunes et de leur esprit d'entreprendre**, pour stimuler les vocations entrepreneuriales et renforcer les connexions entre le monde scolaire et celui de l'entreprise.

**Plus globalement, les gouvernements successifs et les programmes d'innovation publique insistent dorénavant sur l'importance du développement de l'esprit d'entreprendre**, suivant l'incitation de la Commission européenne et de l'OCDE, dans un mouvement de promotion des « compétences du XXI<sup>ème</sup> siècle » (Maire, 2018).

# I.1. Les enjeux qui fondent l'action

---

## 4. L'éducation à l'entrepreneuriat

### *Un moyen de développer les soft skills et les « intentions entrepreneuriales »*

De nombreux travaux ont été menés en France et à l'international par les chercheurs en sciences de gestion concernant les dynamiques entrepreneuriales et les effets des dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat sur les jeunes. Toutefois, **ceux-ci visent le plus souvent le public étudiant ou des jeunes adultes**. Une étude économétrique menée en France sur le dispositif CréaJeunes montre par exemple que ce type de dispositifs qui offre aux jeunes une première expérience entrepreneuriale, a un effet positif de court-terme sur l'emploi de ces jeunes (Huillery et al., 2014). **L'expérience entrepreneuriale semble en effet constituer un effet positif sur les CV**, notamment par la mention des compétences développées, telles que le travail en équipe, la capacité à s'organiser, le sens des responsabilités et l'esprit d'initiative (Berthaud, 2021).

Au-delà de cet effet dit « **de signal** », les travaux menés en science de gestion tendent à montrer que **les expériences entrepreneuriales des jeunes ont un effet positif sur le développement de leurs compétences transversales**, de nature psychosociales (Beduwe & Robert, 2021). Celles-ci sont en effet déterminantes dans les parcours d'insertion professionnelle (Maire, 2018), qu'ils soient entrepreneuriaux ou menés dans l'emploi salarié.

Il est toutefois à noter que **ces impacts ont été étudiés dans le cadre de dispositifs proposant un accompagnement à l'expérience entrepreneuriale, et non une action de sensibilisation** comme c'est le cas de l'intervention proposée par l'association 100 000 entrepreneurs.

## 1.2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF

### La mission de l'association :

L'association propose depuis près de 15 ans des interventions en milieu scolaire consistant à faire intervenir des professionnelles dans les classes pour partager leur témoignage aux élèves et engager sur cette base un échange en présence de l'enseignant.e.

Il s'agit donc d'une intervention de sensibilisation ponctuelle qui vise à « transmettre l'esprit et l'envie d'entreprendre aux jeunes ».

### L'action de 100 000 entrepreneurs vise 3 grands objectifs :

(Source : rapport d'activité 2020-2021)

1

#### Aider les jeunes à entreprendre leur vie

L'objectif est donc d'abord **faire découvrir aux jeunes ce qu'entreprendre veut dire**, et ce qu'est un entrepreneur.

L'accent est mis sur l'intérêt pour le jeune d'adopter ce type de posture, au travers d'une **pédagogie aspirationnelle**, qui part des élèves, de leurs souhaits et vise à stimuler « l'envie de ».

*« Entreprendre, c'est réaliser une envie, c'est concrétiser un projet qui nous tient à cœur. »*

(Guide de l'entrepreneur.e et de l'intrapreneur.e)

2

#### Favoriser leur orientation

Il s'agit aussi plus largement de **leur faire découvrir le monde de l'entreprise**, ses codes et « *soft skills* » qui y sont attendues.

En cela, l'association a l'ambition de **contribuer à des orientations choisies**, mieux préparées et davantage éclairées.

*« Nous contribuons à une meilleure orientation et insertion professionnelle des jeunes en les mettant en lien le plus tôt possible avec le monde professionnel afin qu'ils se projettent et imaginent leur futur »*

(Rapport d'activité 2020-2021)

3

#### Les acculturer au monde de l'entreprise

Enfin, l'association a pour objectif de **donner du sens aux matières enseignées** à l'école.

L'idée est de **renforcer la motivation scolaire** et contribuer à établir une connexion, dans l'esprit des élèves, entre monde de l'école et celui de l'entreprise.

*« L'idée est de relier les matières qu'ils étudient aux enjeux professionnels [...] A la fin de l'intervention, les élèves doivent avoir compris que l'école est une boîte à outils pour toute la vie »*

(Rapport d'activité 2020-2021)



## 1.2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF

---

### Une certaine vision de l'entrepreneuriat :

**L'association énonce clairement ce qu'elle entend par « entreprendre » : il ne s'agit non pas d'un statut mais d'une posture professionnelle et personnelle.**

Cette vision large de ce qu'est un.e entrepreneur.e est centrée sur **l'idée d'une posture entreprenante, d'une personne proactive, actrice de son parcours, quelques soient le statut et le domaine d'activité**, loin de se restreindre aux seuls créateurs d'entreprise.

**Il s'agit d'aider le jeune à « s'entreprendre », comme l'illustrent ces extraits :**

*« Entreprendre, c'est un état d'esprit »*

*« C'est se mobiliser pour monter un projet à partir d'une envie »*

*« C'est porter un projet et ainsi donner du sens à sa vie professionnelle. »*

*« C'est un choix de vie, un état d'esprit, une volonté personnelle de bâtir son propre projet professionnel »*

(Source : Guide de l'entrepreneur.e et de l'intrapreneur.e & E-learning Intervenant)

*« Pour nous, les entrepreneur.es sont des personnes qui entreprennent leur vie professionnelle, qu'elles soient salariées et appelées dans ce cas intrapreneur.es, cheffes d'entreprise, porteuses de projet dans le secteur privé ou public »*

*« Entreprendre, au sens littéral, signifie 'se prendre en main' »*

(Source : E-learning à destination des intervenants)

*« L'idée c'est pas d'inspirer à faire tel ou tel métier, mais chacun s'approprie le témoignage et les messages pour construire son propre parcours »*

(Source : Extrait d'entretien, membre de l'équipe)

## I.2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF

---

### Une ambition spécifique vis-à-vis des jeunes filles :

**L'objectif des SEF est de travailler sur les représentations des filles concernant l'entrepreneuriat et les parcours professionnels**

Au fondement de la création des SEF il y a 10 ans, **un double constat** :

- **Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à adopter une posture professionnelle « entreprenante » dans leur vie professionnelle**
- **Les témoignages proposés par l'association sont majoritairement portés par des hommes**

De ce constat naît la volonté de créer **un espace dédié à la mise en visibilité de figures féminines** de l'entrepreneuriat et au partage de leur parcours auprès des jeunes, dans une **logique de rééquilibrage**. L'objectif est de pouvoir **proposer aux jeunes, et aux jeunes filles en particulier, des témoignages de femmes**, pour leur **donner à voir des parcours féminins** dans l'entreprise et l'entrepreneuriat.

De la même manière que le format « classique » des interventions 100 000 entrepreneurs, ces témoignages visent à **faire réfléchir les filles comme les garçons sur leur orientation et leur permettre de lever un certain nombre de freins psychologiques dans cette projection**. La spécificité de SEF tient dans le souhait d'avoir un impact sur les stéréotypes concernant **les capacités des femmes à entreprendre**, être cheffe d'entreprise, occuper des postes à responsabilité, intégrer certains secteurs ou filières... L'objectif est *in fine* de susciter des vocations au sein des jeunes filles et faire évoluer du même coup le regard porté par les jeunes garçons.

**L'idée n'est pas d'orienter le discours des entrepreneures dans un sens « militant »** ni de faire porter aux intervenantes la mission de diffuser des messages orientés ou préétablis. Au contraire, l'objectif est de **proposer des témoignages libres, très personnels et non cadrés dans leur discours, en misant sur leur dimension « inspirante »** et « la valeur de l'exemple ».

*« De la même manière que c'est important de montrer que l'entrepreneuriat c'est possible, c'est aussi important de montrer que l'entrepreneuriat est autant pour les femmes que pour les hommes »*

(E learning à destination des intervenants)

*« Que l'on soit un homme ou une femme, entreprendre est possible pour tous. »*

(E learning à destination des intervenants)

*« L'objectif est de transmettre l'idée à tous les jeunes qu'ils ont la possibilité de monter leur entreprise et de concilier ce projet avec une vie de famille. C'est un discours pas uniquement à destination des jeunes filles, même s'il y a un fort enjeu évidemment autour de la levée des freins... C'est aussi à destination des jeunes garçons pour faire évoluer leur regard ».*

(Un partenaire)

## 1.2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF

---

### 8 partis pris des SEF ont été modélisés dans le cadre de l'évaluation (1/2)

#### Parti-pris #1 :

Intervenir en milieu scolaire permet de toucher différents profils de jeunes tout en portant attention aux contextes prioritaires (QPV/REP, ZRR,...)



En s'ancrant dans le cadre scolaire, cette approche permet de toucher l'ensemble d'une classe d'âge, y compris les moins « dotés » socialement, qui ont moins accès à une diversité de parcours/métiers dans leur entourage.

#### Parti-pris #2 :

Sensibiliser très tôt, dès le secondaire : l'opportunité d'un impact sur les trajectoires d'orientation



Travailler si tôt sur les représentations permet de contribuer à la construction des parcours d'orientation. Cette orientation apparaît d'autant plus pertinente qu'en France les dispositifs d'entrepreneuriat touchent en général des jeunes plus âgés.

#### Parti-pris #3 :

Stimuler l'envie et la capacité à *s'entreprendre* plutôt que l'entrepreneuriat *stricto sensu* pour agir sur l'orientation et les trajectoires professionnelles des jeunes, selon leurs aspirations



Placés au-delà de l'entrepreneuriat strict, les messages que l'association souhaite transmettre aux jeunes contribuent à une logique d'ouverture du champ des possibles et d'une approche dite « aspirationnelle » de l'orientation (en partant des envies des jeunes).

#### Parti-pris #4 :

Miser sur l'identification par l'usage de *role models* par le témoignage incarné d'une professionnelle pour permettre l'identification des jeunes filles



Les effets de ces dynamiques d'identification sur la projection et la levée des représentations limitantes ont été validés scientifiquement, concernant plus spécifiquement l'entrepreneuriat (Honig, 2004), ainsi que les jeunes filles (Breda et al., 2019)

## 1.2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF

---

### 8 partis pris des SEF ont été modélisés dans le cadre de l'évaluation (2/2) :

**Parti-pris #5 :**  
Travailler avec l'enseignant.e pour le sensibiliser et l'équiper (guide, webinaire, débrief...)



En le.a sensibilisant, en l'accompagnant dans la préparation et en lui transmettant des outils pédagogiques, l'intervention peut donc contribuer au développement professionnel de l'enseignant.e sur les questions de genre et d'orientation. C'est un levier de changement systémique et de démultiplication de l'impact.

**Parti-pris #6 :**  
Une intervention en mixité, c'est-à-dire en s'adressant en même temps aux filles et aux garçons



Ce parti-pris permet de travailler à la convergence des représentations entre filles et garçons et de travailler simultanément les représentations de tou.tes les jeunes.

**Parti-pris #7 :**  
Une intervention d'une personne extérieure, et la sortie de l'enceinte de l'établissement quand c'est possible



Il s'agit d'une modalité particulièrement pertinente pour permettre l'ancrage de nouvelles représentations chez les élèves. Sortir de l'enceinte de l'établissement pour rencontrer les entrepreneur.es dans leur environnement constitue aussi un moyen intéressant pour renforcer la portée de l'expérience vécue, et enrichir les représentations.

**Parti-pris #8 :**  
Une intervention ponctuelle et ciblée dans l'année



C'est une spécificité importante des SEF, qui proposent une intervention relativement courte (2 heures), ponctuellement dans le parcours du jeune. Ce choix vise à toucher un maximum de jeunes. L'association souhaite également que les élèves puissent bénéficier plusieurs fois de l'intervention au cours de leur parcours scolaire – même s'il s'agit encore aujourd'hui d'une configuration aujourd'hui minoritaire.

## 1.2. Les objectifs de l'association et les partis pris des SEF

### Les SEF : des objectifs pertinents, mais un positionnement relativement complexe

L'évaluation a constitué une opportunité pour décortiquer les impacts visés et de contribuer à une réflexion sur la manière de présenter et de valoriser l'action des SEF. **Deux éléments-clé du positionnement** sont apparus au cœur du dispositif SEF :

1

#### « Entreprendre »

*La théorie d'action globale  
de 100 000 entrepreneurs*

##### Les questions soulevées par l'évaluation :

- Qu'entend-t-on par « entreprendre » ?  
Tous les partenaires en ont-ils la même vision ?
- Quelle importance donnée à la promotion de l'entrepreneuriat *stricto sensu*, et à celle des parcours d'orientation choisis, plus généralement ?

2

#### « Femmes »

*La spécificité propre aux SEF*

##### Les questions soulevées par l'évaluation :

- Femmes & entrepreneuriat : quels messages spécifiques à propos des femmes entrepreneures ?
- Qu'est-ce qui est visé sur les jeunes filles en particulier ?
- Quels sont les formes spécifiques de mise en œuvre par rapport aux autres interventions de l'association ?

Ces deux éléments apparaissent à la fois comme **un facteur d'innovation des SEF mais aussi une source de complexité** dans la communication sur l'action. Les objectifs en termes de promotion de l'entrepreneuriat et de valorisation des femmes ne sont en effet pas toujours aisés à saisir, que ce soit auprès des partenaires, des enseignants et des élèves.

# I. 3. Les impacts visés par les SEF sur les élèves



L'évaluation a débuté par un travail de qualification des impacts visés par l'association sur les élèves bénéficiaires des SEF.

La cartographie suivante présente le fruit de ce travail mené avec l'association.

Elle ne constitue pas la cartographie des impacts atteints. Ces derniers sont décrits pages 39 et suivantes.



Jeunes de collège et lycée

1

Faire évoluer les représentations genrées des jeunes sur les parcours professionnels

2

Contribuer à l'orientation choisie des jeunes

3

Renforcer la motivation scolaire des jeunes

## IMPACTS visés sur les jeunes

Meilleure compréhension de ce que veut dire « entreprendre »

Distance critique par rapport aux stéréotypes de genre sur les métiers, les parcours professionnels et l'entrepreneuriat

Meilleure connaissance de certains métiers et secteurs professionnels

Gain de réflexivité, de connaissance de soi et de ses aspirations

Renforcement de la confiance du jeune et de son sentiment de compétence (SEP) par rapport à son parcours professionnel

Stimulation de l'envie d'entreprendre

Projection plus aisée dans son futur parcours professionnel

Changement de posture du jeune lors de l'intervention

Motivation et intérêt scolaire renforcés

### Légende

Ambition d'impact renforcée concernant les jeunes filles

## I.3. Les impacts visés par les SEF sur les élèves

---

### Quelques éléments de définition issus des sciences sociales (1/2)

#### Représentations genrées & *soft skills* : quelques repères

Centrée sur l'étude des impacts produits sur les élèves, l'évaluation s'attache de manière centrale à **examiner les représentations, les postures et les compétences stimulées chez les élèves.**

La notion de **représentation stéréotypée** renvoie à la caractérisation symbolique et schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements de routine. S'appuyant sur les travaux de la sociologue Marie Duru-Bellat, un rapport parlementaire récemment publié sur la question des stéréotypes de genre (Assemblée nationale, 2021) en propose une définition relativement simple et complète :

*« Un ensemble de croyances, résultant d'images construites dans l'inconscient collectif et intériorisées par un certain nombre d'individus, concernant un groupe de personnes. Il s'agit d'une généralisation simplifiée, sans fondement scientifique, ni réalité objective, appliquée à un groupe entier de personnes, en termes de comportements ou d'habitudes qui ne tient aucun compte des différences individuelles. »*

Plus précisément, **les stéréotypes de genre** sont la croyance que **certaines capacités, postures, goûts ou traits de personnalité sont spécifiques** aux garçons/hommes, et que d'autres concernent les filles/femmes.

Concernant les compétences et postures, **l'étude se centre sur les compétences psychosociales ou *soft skills***. Transversales et non-cognitives, ces compétences ont été prouvées essentielles dans les parcours d'orientation et de « réussite » professionnelles (Maire, 2018). **La prise de confiance en soi, le sentiment de compétence, et la connaissance de soi**, parce qu'ils permettent au jeune d'identifier ses désirs et activent ce faisant des circuits motivationnels, soutiennent sa persévérance et sa capacité à atteindre les objectifs qu'il se fixe – par exemple, dans le cas présent, concernant son orientation et son parcours (Dweck, 2006 ; Duckworth *et al.*, 2007). Ils favorisent le développement de **l'esprit d'entreprendre** et de **l'autonomie**, centraux tant dans la construction des parcours d'orientation que dans les apprentissages requis par le système éducatif.

## I.3. Les impacts visés par les SEF sur les élèves

---

### Quelques éléments de définition issus des sciences sociales (2/2)

#### Sentiment de compétence

Ce que le langage courant nomme « confiance en soi » recouvre en réalité de nombreuses notions. Il renvoie en psychologie à deux principaux concepts : **l'estime de soi et le sentiment d'efficacité personnelle** ou sentiment de compétence (SEP).

La notion d'estime de soi correspond au fait d'apprécier sa valeur propre et son importance. Elle est donc fortement liée à la **valeur intrinsèque que s'accorde l'individu** (de Saint-Paul, 2004). Il s'agit d'une « *une attitude intérieure qui consiste à considérer que l'on a de la valeur, que l'on est unique et important* » (Shankland, 2019).

De nombreux travaux menés en psychologie indiquent que cette **estime de soi se développe en lien avec l'action**, lorsque l'individu fait face à une tâche à réaliser. Cet aspect « en situation » de la confiance en soi a été développé en psychologie sous le concept de sentiment d'efficacité personnelle (SEP). Théorisé par Albert Bandura (1982), ce concept correspond à **la croyance qu'a un individu dans sa capacité à s'engager dans une tâche et à y persévérer jusqu'à y réussir**. Les travaux entrepris depuis ont permis de préciser cette notion et de démontrer les effets positifs du SEP sur la performance, notamment la réussite scolaire (Masson & Fenouillet, 2013).

#### Envie et esprit d'entreprendre

Une littérature étendue existe sur l'« esprit d'entreprendre », parfois également nommé « esprit d'initiative » ou encore « esprit d'entreprise ». Toutes renvoient à la même idée d'une **mise en mouvement de l'individu dans la réalisation de tâches ou projets** dont il est à l'origine. Cette dimension volontaire de l'acte d'entreprendre le distingue de la notion d'*autonomie*, qui renvoie plus simplement à un état d'indépendance dans la réalisation d'une tâche.

**Il s'agit d'une posture, d'un « état d'esprit » général** qui peut s'exprimer dans différents domaines de la vie sociale (scolarité, activités personnelles, parcours professionnel...). Mêlant proactivité et créativité, cette compétence est profondément transversale et ne se résume pas à une compétence technique liée à l'entrepreneuriat. De nombreux travaux ont démontré que cette posture favorise les apprentissages (Verzat et Toutain, 2014 ; Bapteste & Trindade-Chadeau, 2014).

Ici, nous proposons d'utiliser **la notion d'envie d'entreprendre** plutôt que d'*esprit* d'entreprendre de manière à mettre l'accent sur la dimension *motivationnelle* de l'acte, cette « mise en projet » devant en effet être source de plaisir et de sentiment de réalisation de soi chez le jeune.



## II. Les SEF au concret : Analyse des conditions de mise en œuvre

*Mis en œuvre depuis dix années, le dispositif des SEF s'appuie sur un vaste réseau partenarial qui a permis son déploiement sur le territoire national. L'association démontre une forte capacité à mobiliser des entrepreneures engagées et à répondre aux sollicitations croissantes des enseignant.e.s. Il s'agit d'un dispositif aujourd'hui solide dans son pilotage, animé sur les territoires par une équipe investie et organisée.*

*Aujourd'hui ancré dans une diversité de contextes sociaux et éducatifs, le dispositif s'y met en œuvre de manière plurielle, selon les profils des élèves touchés et les objectifs poursuivis par l'enseignant.e, mais aussi selon les formats d'intervention et profils de professionnelles mobilisées.*

*Par delà cette diversité, les grands messages portés par 100 000 entrepreneurs sont bien délivrés auprès de l'ensemble des élèves. C'est sur la dimension « Femmes » spécifique aux SEF qu'est observée une plus forte hétérogénéité d'approches, renvoyant à un cadrage national et un outillage plus limités sur cet aspect.*

- 1. La mise en œuvre & les grands chiffres de la 10<sup>ème</sup> édition**
- 2. L'action au concret : des configurations très diversifiées sur les territoires**
- 3. Un paramètre-clé : l'engagement des entrepreneures & les messages transmis aux jeunes**
- 4. Du point de vue des enseignants : attentes & vécus des SEF**

## II. 1. Principes de mise en œuvre & grands chiffres de la 10<sup>ème</sup> édition

### L'appui sur un réseau de partenaires issus du champ de l'entrepreneuriat

L'opération des SEF est permise par la mobilisation nationale, chaque année, d'un **réseau de partenaires qui fonde la spécificité de l'action et son caractère unique en France**. Ces partenariats ont été tissés au fil des ans avec les principaux réseaux d'entrepreneur.e.s, **certaines étant spécifiquement dédiés à l'entrepreneuriat féminin** (Mampreneures, Les Premières, réseau FCE, réseau Bouge Ta Boite, ...) les autres étant généralistes (réseau PEPITE, Centre des jeunes dirigeants, BPI France, réseau Entreprendre, les CCI...). Un comité de pilotage de dispositif est régulièrement réuni chaque année à partir de l'automne, permettant de préparer l'organisation de l'édition qui a lieu au mois de mars.

### Deux grands formats d'intervention

L'action donne lieu à un événement de lancement prenant la forme d'une conférence, appuyée par des prises de parole institutionnelles et associant des jeunes. Cet événement est retransmis sur les territoires et constitue le point d'orgue des SEF et de leur communication.

Sur les territoires, l'intervention auprès des élèves s'organise suite à l'inscription de l'enseignant.e à l'opération, qui a le plus souvent pris connaissance par le biais du chef de l'établissement ou par la communication assurée par les équipes de 100 000 Entrepreneurs. Deux formats d'intervention sont proposés aux enseignant.e.s :

- **Le témoignage individuel** d'une entrepreneure face à la classe entière : il s'agit alors d'une intervention d'une durée d'une ou deux heures.
- **Le speed meeting** qui s'appuie sur les témoignages de plusieurs entrepreneures auprès de petits groupes d'élèves. Sur une durée totale de deux heures, chaque groupe d'élèves bénéficie de 3 temps d'échanges de 30 minutes avec 3 entrepreneures. Plusieurs classes sont alors souvent impliquées, et le nombre de professionnelles invitées peut s'élever à une dizaine.

Selon les possibilités et les souhaits de l'enseignant, **la rencontre peut avoir lieu dans les locaux des structures** de l'entrepreneuriat.

### Les chiffres de cette 10<sup>e</sup> édition des SEF :

**1 032 classes, soit 26 688 élèves touché.e.s du 7 au 25 mars**

Environ **1 000** entrepreneures mobilisées

**28** Académies concernées

**25%** d'interventions en QPV

**30%** de speed meeting et **70%** de format « témoignage individuel »

**47%** de collèges et **51%** de lycées, dont **un tiers** en filières professionnelles

**231** interventions dans d'autres types de structures (non concernées par l'évaluation) : BTS, licences, écoles supérieures, structures non-scolaires...

## II.2. L'action au concret : des configurations très diversifiées sur les territoires

### Des cadres de mise en œuvre et des cibles très diversifiés

L'association intervient en réponse aux demandes d'enseignant.e.s. Au fil des ans et du déploiement de l'action, une grande diversité d'établissements ont rejoint l'action, entraînant une forte diversité de cadres d'intervention. L'évaluation a permis d'identifier plusieurs facteurs de diversité ayant trait aux contextes de mise en œuvre :

- **L'âge des élèves**, puisque les interventions concernent aussi bien des collégiens que des lycéens et étudiants de l'enseignement supérieur (BTS, DUT notamment).
- **Leurs profils socioéconomiques et leurs profils scolaires** qui leur offre une plus ou moins grande aisance pour comprendre l'intervention, ainsi que qu'une connaissance et compréhension des enjeux différenciés.
- **Les profils d'établissements et les types de territoires** : établissement de centre ville, public ou privé, situé en REP ou en QPV, rural ou semi-rural... Ces facteurs jouent également sur les profils des élèves touchés.
- **Enfin, le cadre pédagogique dans lequel s'intègre l'intervention** sollicitée auprès de 100 000 Entrepreneurs (EMC, heures Orientation, Projet dans le cadre d'une discipline...), ainsi que le profil de l'enseignant.e à l'origine du projet, confère à chaque intervention un cadre spécifique.

### Des profils de jeunes très variés

Entre la 4<sup>ème</sup> et la Terminale, les élèves connaissent un cheminement important concernant leur orientation et se caractérisent par des degrés bien différents de maturité sur ces questions. Leurs capacités de réflexivité sont très inégales, que ce soit sur leur projet professionnel ou bien sur les stéréotypes genrés qu'ils peuvent avoir intégrés inconsciemment.

### Des différences centrales dans l'expérience vécue : témoignage ou speed meeting, dans la classe ou en dehors...

Alors que dans le cas du témoignage, les élèves assistent en classe entière au témoignage et à un échange approfondi avec une entrepreneure ou un binôme, dans le cas du speed meeting, l'organisation par petits groupes permet aux élèves de bénéficier de davantage de proximité et d'écoute. Cette interactivité, plus forte, et sur un temps plus court (30 minutes) qui ne permet pas d'aller autant en profondeur que dans le cadre du témoignage, mais permet de laisser davantage de place aux questions et remarques des élèves. L'expérience vécue, avec l'adulte comme avec le groupe de pairs, est donc bien distincte. La différence essentielle est par ailleurs que dans le second cas, les élèves assistent à plusieurs témoignages et non pas à un seul.

Enfin, le paramètre du lieu dans lequel prend place l'intervention – la classe, ou des structures partenaires – a une incidence sur l'expérience vécue. Lorsqu'elle rompt avec le cadre scolaire, elle permet de « situer » le témoignage entendu en le reliant à une représentation enrichie de l'image d'un lieu professionnel.

### Une « coloration » du discours propre à chaque intervenante et à chaque enseignant.e

Au-delà des types de publics et des formats d'intervention, la grande variabilité des expériences vécues par les élèves et des contenus qui leur sont transmis est largement due à l'incarnation forte de l'intervention par chaque intervenante, et au cadrage initial qui en est fait par l'enseignant.e, selon les objectifs assignés au projet (découverte du monde professionnel, travail sur l'orientation, place donnée à la thématique du genre...). Les développements suivants examinent et illustrent cette dimension fortement « incarnée » de l'action qui constitue une source de richesse et également d'hétérogénéité.

## Récit d'un speed meeting

Ce matin-là, huit femmes et un homme sont réuni.e.s dans le réfectoire du lycée, pour animer auprès de deux classes de Seconde générale des échanges, sur la base d'un partage du parcours de chacun.e.

L'ambiance est conviviale, le petit groupe d'entrepreneure.s apprenant à se connaître autour d'un café et croissants. Puis les élèves s'installent en petits groupes, chacun assis en cercle autour de l'intervenant.e. L'enseignante introduit rapidement la séance : « *c'est un temps de rencontres, de découverte de l'entrepreneuriat* ». Elle souligne que les élèves doivent prendre des notes et qu'ils devront être en capacité de restituer le parcours d'un.e entrepreneur.e, l'exercice étant noté dans le cadre de l'EMC.

Les échanges s'engagent, l'intervenant.e prenant l'initiative de premiers mots et premières questions : « *vous savez un peu ce que vous voulez faire plus tard?* » « *moi je suis dans l'informatique, est-ce que ça vous parle?* »... D'abord réservés, les élèves osent après quelques minutes poser des questions, souvent préparées à l'avance.

Les groupes étant constitués par affinité, ils sont souvent constitués uniquement de filles, ou bien de garçons. Dans les deux cas, les échanges portent majoritairement sur les types de métiers, les différences concrètes entre être entrepreneur.e ou salarié, et, de manière très centrale : les parcours, souvent riches en rebondissement, de l'adulte devant eux. Certains tentent d'en savoir plus sur le fonctionnement concret de l'entreprise, et les « plus e moins » d'être un entrepreneur. Les adultes y répondent avec beaucoup d'engagement, donnant chair à ces enjeux par leurs récits.

Puis, au bout de 30 minutes, les groupes changent et font la connaissance d'un.e autre entrepreneur.e (3 rencontres au total, sur une session de 2 heures). De l'observation des différents groupes, il se dégage un message commun adressé aux jeunes : l'importance d'être guidé par ce que l'on aime, de pas faire des choix par défaut ou peur de l'échec, et de se donner les moyens d'accomplir ses rêves. Les intervenants mettent chacun à leur manière la lumière sur les difficultés rencontrées, tout en laissant les jeunes avec un regard très confiant, d'espoir dans leurs capacités et dans l'avenir ainsi que l'évoquent ces extraits entendus :

« *On peut tout faire, pas de limite du moment qu'on s'en donne les moyens* » « *Il faut toujours s'autoriser à oser... toujours écouter les conseils, en demander* » « *Beaucoup se remettre en question* » « *se former en permanence* » « *il faut s'écouter* » « *savoir rebondir* » « *Moi, je me suis donné des autorisations pour bifurquer* »

Très peu d'entrepreneures évoquent de manière directe la spécificité d'être une femme, et ce que cela a changé dans leur parcours ou leur vécu professionnel. Les quelques élèves questionnés sur ce sujet en *focus group* n'ont d'ailleurs pas noté cette dimension dans les échanges.

### Objectifs

Montrer qu'il n'existe pas une fatalité

Encourager vos ambitions

Contribuer à votre orientation

Prendre le temps et rencontrer des professionnels

Vous donner libre parole autour des discriminations dans le monde du travail et la question de la mixité dans l'entrepreneuriat



## Récit du témoignage d'une entrepreneure en classe entière

C'est auprès d'une classe entière d'élèves en 1<sup>ère</sup> filière STMG que l'entrepreneure vient intervenir, sur un créneau de deux heures.

Debout devant la classe, elle commence par se présenter en racontant, en un quart d'heure environ, son parcours d'études et sa carrière professionnelle : ses différentes filières d'études, son choix final de l'alternance, ses réorientations professionnelles et sa mobilité géographique... Elle aborde enfin le contexte et les raisons de son choix, il y a quelques années, de racheter l'entreprise où elle était salariée, et conclut cette introduction avec un message motivant à destination des élèves :

*« Mon parcours c'est aussi pour vous prouver que quand on veut on peut. Les diplômes c'est important mais le plus important c'est de continuer et d'avoir envie d'avancer, et de trouver ce qui vous plaît. Il y aura des hauts et des bas, on a le droit de repartir de 0, parce que l'expérience compte, vous aurez quand même appris des choses. »*

L'enseignant présent rebondit sur cette introduction pour appuyer ce message et inciter les élèves à poser leurs questions, que certains ont préparé à l'avance :

*« Vous avez un super exemple ici d'un parcours tout sauf linéaire, sur 40 ans ! ça montre qu'on a le droit de se tromper, on va plus haut si on apprend de ses erreurs.. Posez-lui vos questions ! »*

L'intervention prend ensuite une tournure plus interactive, lors de laquelle les élèves posent leurs questions à l'entrepreneure sur le détail de son activité, le quotidien de son métier et de ses responsabilités en tant que cheffe d'entreprise, son parcours mais aussi sa rémunération, la place des valeurs dans l'entreprise et les bonnes pratiques dans une procédure de recrutement ou dans les types de compétences transversales à développer... Il.elle.s en profitent également pour poser des questions précises sur le concret des postes au sein de l'entreprise dans les filières qui les intéressent, et pour lesquelles il.elle.s doivent faire un choix de spécialisation à la fin de l'année : RH, marketing... L'enseignant aide les élèves à se questionner en lien avec les connaissances concrètes de l'entreprise vues en STMG.

En fin d'intervention, l'entrepreneure sollicite aussi directement les élèves, leur demandant quels sont, pour eux.elles, leur projet d'avenir, leur volonté de devenir entrepreneur... Elle aborde aussi la question plus spécifique de l'entrepreneuriat féminin, en le liant à la récente actualité du 8 mars dont ont entendu parler les élèves :

*« C'est aussi pour ça que je suis là : en ce moment, plein de cheffes d'entreprise viennent dans les classes, avec l'idée que toutes les filles sachent que tout est possible pour elles. Il ne faut pas se mettre des barrières, à cause de ses parents, ou parce qu'on se dit que sa maman a fait ça et pas ça.. On est tous des humains, comme tous les autres : les filles, vous avez aussi vos clés, et il ne faut pas se laisser barricader dans des cases. »*



## II. 3. Un paramètre-clé : l'engagement des entrepreneures et les messages transmis

### Une grande liberté offerte à l'entrepreneure dans le contenu transmis et la manière de donner sens à son témoignage

Les ressources transmises par l'association (Guide de l'entrepreneur, webinaire) permettent de guider l'intervention par le biais de conseils et, de manière centrale, par le rappel des objectifs de la séance, et l'incitation forte à la préparer en amont avec l'enseignant.e. Toutefois, au concret, une grande liberté est laissée dans les thématiques à aborder, la place accordée à la dimension « femme », les types de questions posées aux élèves, ou encore le degré d'intimité et d'interactivité créé avec eux dans le partage du récit. Cette liberté de parole est revendiquée par l'association, qui ne transmet à ce jour pas sauf exception d'éléments de langage ou de ressources sur le sujet des stéréotypes de genre – ni à l'entrepreneure, ni à l'enseignant.e.

### Un socle commun de messages délivrés

Malgré la diversité des angles des témoignages et des discussions engagées avec les élèves, **deux grands messages sont collectivement transmis** :

#### L'importance de croire en soi et de persévérer

« Si on échoue, on peut se concentrer sur le négatif, mais c'est dommage.. parce que vous avez tous de bonnes choses en vous, des capacités. Il faut être capable d'analyser pourquoi on n'a pas réussi à quelque chose, et comme ça on échoue jamais vraiment parce qu'on apprend, on se dit il faut que je bosse plus sur ça ou ça ».

« Je vais vous donner un exemple, vous sortez d'un contrôle. Il y a un jeune qui est hyper confiant, qui dit qu'il a trop réussi et un qui dit bof, je sais pas... Vous devez parier sur celui qui aura la meilleure note, vous pariez sur qui ? Le premier? Alors qu'en fait ils ont réussi pareil ! C'est hyper important d'être confiant, parce que c'est sur vous qu'on investira. Il faut y croire! Moi par exemple, je voulais être avocate et j'ai rencontré des obstacles, j'ai dû passer un concours après 5 ans d'études, et je l'ai raté deux fois. Je ne me suis pas dit 'c'est pas possible, je suis pas faite pour ça'.. Je me suis accrochée, je l'ai passé une troisième fois et je l'ai eu ».

« Des moments difficiles, vous allez en connaître toute la vie, c'est comme un cycle... Des fois, je n'ai pas de clients, je me dis 'je suis nulle' ! On s'accroche et ça marche. Il faut croire en soi, quand est au top mais aussi quand on est tout en bas... »

Extraits de speed meeting auprès d'élèves de 4<sup>e</sup>

#### L'importance de faire ce que l'on aime et la légitimité à rechercher son bonheur dans et par le travail

« Dans votre vie, le but du jeu c'est le bonheur, et ça se voit quand quelqu'un est heureux. C'est important de savoir qu'il est possible de dire non, de quitter son boulot si on n'y est pas bien. Tout dépend de vous et de vous seul ! Vous avez vos clés, vous pouvez toujours demander de l'aide, mais c'est vous qui prenez la décision. Bien sûr, on peut se tromper, et on a le droit aussi de faire des grands écarts. » Extrait d'un témoignage individuel devant une classe de 1<sup>ère</sup>

« Je travaillais en entreprise mais ça ne me plaisait pas trop et je sentais qu'on pouvait faire mieux. Alors j'ai appris à coder et j'ai créé une application qui serve à mes chefs de service. J'ai du caractère ! Au lieu d'attendre que ça tombe, je me suis formée toute seule, en autonomie, j'ai regardé sur Youtube... » Extrait d'un speed meeting auprès d'élèves de 4<sup>e</sup>

« Ce que vous devez retenir, c'est qu'on peut tout faire, il faut toujours s'autoriser à oser. Il faut s'écouter, savoir rebondir. Moi dans mon parcours, je me suis donnée ces autorisations de bifurquer »

Extrait d'un speed meeting auprès d'élèves de 2<sup>nde</sup> générale

## II. 3. Un paramètre-clé : l'engagement des entrepreneures et les messages transmis

---

### Des messages sur l'entrepreneuriat féminin abordés sous un angle très personnel et peu cadré

Si certains messages sont transmis avec force de manière quasi-systématique, l'évaluation révèle que **les messages concernant les stéréotypes de genre et la spécificité « femme » dans l'entrepreneuriat ne sont pas toujours abordés**. Lorsqu'ils sont évoqués, ils ne sont que très rarement placés au centre des échanges. En effet, les messages sont davantage centrés sur la personne, sa capacité de réussite et de surmonter les éventuels obstacles selon l'idée entendue à plusieurs reprises : « cela ne m'a pas freinée », « il ne faut pas que cela te freine », « tu peux réussir toi aussi » - ces messages étant en adéquation forte avec les messages portés par l'association. Ainsi que l'illustre cet extrait de témoignage :

*« Moi je ne me positionne pas comme femme, mais comme une personne qui sait ce qu'elle veut. On est d'égal à égal, il ne faut pas se sous-estimer, ne pas dire parce que je suis une femme aidez-moi, ni se laisser marcher sur les pieds... »* (une entrepreneure, témoignage individuel devant une classe de 1<sup>ère</sup>)

**Les freins à l'entrepreneuriat des femmes dans leur parcours professionnel sont parfois abordés sous un angle pratique et individuel, comme lorsque survient dans les récits ou bien dans les questions des élèves, le sujet de la maternité ou la question de la disponibilité pour la famille.**

*« On devient entrepreneur soit par manque, soit parce qu'on a une envie particulière. Moi j'ai eu les deux, je m'étais arrêtée de travailler pour m'occuper de mes enfants, et quand j'ai eu envie de reprendre j'ai trouvé qu'on ne me prenait pas au sérieux, je trouvais que c'était injuste... »* (une entrepreneure, speed meeting auprès d'élèves de 4<sup>e</sup>)

*« Moi, mes enfants ont été une force, un moteur, au contraire. »* (une entrepreneure, speed meeting auprès d'élèves de Seconde)

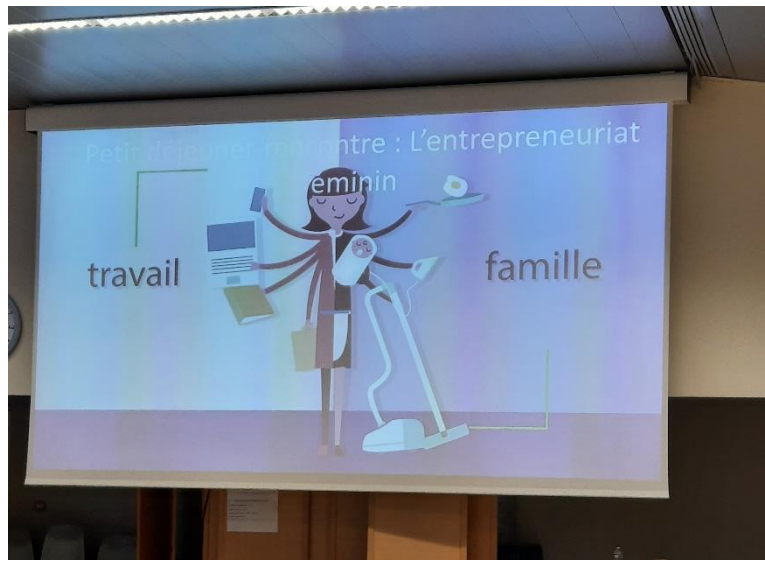
**Le traitement de ces sujets repose ainsi sur l'expérience vécue par chaque entrepreneure, et ne s'appuie pas sur des apports d'informations autres** ou sur des ressources pédagogiques pouvant faciliter la sensibilisation, à l'exception mis d'un quizz créé par l'association dont l'utilisation a été observée sur l'un des territoires d'enquête.

### Des profils d'entrepreneures diversifiés qui expliquent la variété des entrées sur le sujet « Femmes & Entrepreneuriat »

Entrepreneures ou intrapreneures, les intervenantes ont des profils très divers : créatrices de startups, salariées dans de grands groupes, indépendantes qui sont à leur comptes... Certaines occupent des métiers bien connus des élèves (ingénieure, médecin...) tandis qu'une partie d'entre elles ont connu des parcours d'études et d'emploi atypiques, avec différentes voies ou métiers explorés successivement, ou un quotidien mêlant différentes activités professionnelles menées parallèlement (profils dits de « switcheuses » et « slasheuses »).

Enfin, il est à noter la participation d'hommes dans certaines interventions, dans le cadre de témoignages en binôme ou de speed meeting. La raison de leur présence n'est alors pas toujours explicitement justifiée auprès des élèves et peu être introduite de diverses manières par l'enseignant.e.

# Photographies prises lors des interventions observées





# Quelques retours d'entrepreneures : les messages transmis

« J'ai l'impression que les filles sont plus matures, plus réceptives, elles posent plus de questions, s'intéressent. Donc tant mieux si on peut leur donner des outils qu'on a testés nous ! On sent dans leurs questions, qu'elles n'osent pas... »  
(entrepreneure en speed meeting avec des élèves de 4<sup>e</sup>)

« Je crois que j'ai été vue comme un modèle pour ces filles. Et dans la tête d'un garçon, jamais il n'aurait pu imaginer qu'une femme puisse être une cheffe d'entreprise ! On change leur regard, ils se disent 'OK c'est possible' » (entrepreneure intervenue en collège)

« Sur l'entrepreneuriat féminin, je ne suis pas la plus forte pour en parler, car pour moi ce sont des personnes qui entreprennent, pas des femmes ou des hommes... J'ai pas d'esprit féministe, même si je suis entièrement convaincue par l'idée que la femme a le droit d'être à sa place. Donc je n'ai pas tout à fait une approche traditionnelle, habituelle de cette question-là... ». (entrepreneure intervenue en lycée)

« Je leur ai dit que mon projet était à la base un rêve... Et je leur ai fait noter sur un post-it leur rêve à eux. Je leur ai dit 'croyez en vous, en vos rêves, ne les lâchez pas', [...]. J'en ai eu les larmes aux yeux car j'avais l'impression que c'était la première fois qu'on leur disait qu'ils étaient talentueux »  
(entrepreneure intervenue en collège)

« Avec les 4<sup>e</sup> et les 3<sup>e</sup>, pour moi plus c'est plus compliqué : ce que je leur raconte ne veut pas dire grand-chose pour eux... Comparé à une intervention avec des 1<sup>ère</sup>, au collège j'ai dû avoir que deux questions seulement... » (entrepreneure intervenue en collège et au lycée)

« Moi je n'ai pas de message particulier, à part que je suis une femme, mais ça on s'en fiche... Je ne l'ai jamais vécu comme un handicap ! J'insiste plus sur le fait qu'on a tous une chance de faire quelque chose. » (entrepreneure intervenue en collège)

« Dans la classe, il y a aussi des garçons. Si on parle en tant qu'entrepreneure femme, ils se sentent mis de côté... Moi je pars des mots 'Entre' et 'prendre', ensuite chacun donne sa définition. Puis j'explique par rapport à mon parcours comment j'ai pu gérer toutes ces questions-là. » (entrepreneure intervenue en collège)

## II.4. Du point de vue des enseignants : objectifs, attentes & vécus de l'action

### Une attente principale : la découverte du monde professionnel

Questionnés sur leur motivation à participer à l'opération, les enseignants interrogés mettent d'abord en avant l'intérêt que représentent les SEF dans une optique d'orientation. Ils valorisent fortement cette opportunité de faire rencontrer des professionnels à leurs élèves, pour enrichir leurs connaissances, leurs représentations, et les sensibiliser à l'importance de tracer soi-même son chemin. L'attente principale est ainsi d'*ouvrir* les élèves au-delà des parcours et des métiers connus – et valorisés – dans leur entourage.

### Une diversité d'objectifs et de manières de présenter l'intervention aux élèves

Chaque enseignant aborde l'intervention selon une visée qui lui est propre, et c'est pourquoi la manière de présenter l'objectif de l'intervention aux élèves diffère d'une classe à l'autre. La venue de professionnels est parfois placée dans le cadre de l'enseignement moral et civique, dans d'autre cas, il est relié à la filière et concourt à l'objectif de découverte du monde professionnel, notamment dans les lycées professionnels. Dans certains cas, l'accent est mis sur la découverte de la voie de l'entrepreneuriat *stricto sensu*.

Enfin, une partie des enseignants met en avant l'objectif de travailler sur les freins spécifiques aux jeunes filles. Ils attendent alors que l'intervention d'une ou plusieurs entrepreneures contribue à leur donner confiance, à élargir leurs horizons et à lutter contre les mécanismes d'autocensure, dont ils observent qu'ils sont particulièrement prégnants chez certaines jeunes filles.

### Un accueil très positif de ce qui est proposé par l'association

Quel que soit l'attente initiale de l'enseignant, les retours sont globalement très positifs sur l'intervention. Les enseignants valorisent la fluidité des échanges et l'accompagnement proposé.

Dans le mode d'intervention auprès des élèves, également, ils valorisent tout particulièrement la dimension « incarnée » permise par les témoignages. Ils se disent en effet en recherche de *role models* pour enrichir les représentations de leurs élèves et ce, quelque soit le milieu social : les milieux populaires, tout particulièrement dans les quartiers, mais aussi les milieux sociaux plus favorisés qui peuvent placer les adolescents sous une forte pression de réussite « normée ».



### Les « bonnes pratiques » des enseignants pour garantir une séance de qualité

Les entretiens réalisés ont permis de recueillir quelques « bonnes pratiques » auprès d'enseignants concernant l'organisation de la séance :

- Le fait d'échanger en amont avec l'entrepreneur et de préparer ensemble la séance
- Le fait de préparer la séance avec les élèves en leur expliquant qu'ils vont pouvoir poser leurs questions, et les inciter à les préparer
- Le fait d'organiser un débriefing après l'intervention, en classe, pour demander aux élèves ce qu'ils en ont retenu et croiser leurs regards sur les messages transmis

# Quelques témoignages d'enseignant.e.s

---

« Ça rentre parfaitement dans le programme de Seconde ! Ce que j'attendais : partager, échanger, rencontrer... Ouvrir ! Le message central que je voulais faire passer, c'est vraiment que pour construire son projet, il faut se connaître. J'avais envie d'un temps pas trop scolaire, convivial, j'ai pensé ça comme une rencontre, un temps pour se poser... »

(Une enseignante de 2<sup>nde</sup>)

« On a déjà fait quelques interventions, c'est toujours très intéressant, c'est complètement en phase avec ce qu'on enseigne. Il y a plein de ponts avec nos matières, c'est vraiment enrichissant. Le côté SEF, c'est un peu 'en plus', ça permet de parler des préjugés, des stéréotypes... »

(Une enseignante de 1<sup>ère</sup>)

« Je suis très satisfaite. C'était une première ! [La personne de l'association] a été très présente, et on a eu des ressources, avec une réunion et un livret... ça m'a mise à l'aise ! »

(Une enseignante de 2<sup>nde</sup>)

« Je suis arrivée dans l'établissement cette année. J'avais déjà entendu parler de 100 000 Entrepreneurs, et comme les élèves sont dans la période du Parcours avenir et du stage en entreprise, j'ai proposé aux autres profs de bénéficier de ces interventions »

(Une enseignante de 3e)

« Ça peut permettre de casser les clichés, les stéréotypes, et c'est aussi pour ça qu'on cible cette semaine pour mettre les femmes à l'honneur. Les élèves ont encore des visions des métiers très stéréotypés, donc ça permet aux filles et aux garçons de se rendre compte que les femmes peuvent entreprendre et avoir différents types de métiers.

C'est aussi pour donner envie, que les élèves puissent croire en quelque chose et se dire que faire ce métier c'est possible, qu'on n'y arrive pas par un seul chemin via des parcours très rectilignes, mais que c'est surtout la détermination, l'envie qui comptent. »

(Une enseignante en 4<sup>e</sup>)

« Les femmes, c'est un enjeu particulier. On a déjà commencé à travaillé dessus en classe, je trouve ça important de les sensibiliser sur cette dimension. En revanche, moi je ne voulais pas avoir deux heures de discours théorique, ni de discours alarmiste... »

(Une enseignante de 2<sup>nde</sup>)

### III. Vécus et impacts des SEF sur les élèves

*L'évaluation révèle que les SEF constituent une expérience courte mais vécue comme motivante et inspirante pour la plupart des élèves. En participant à ouvrir leur champ des possibles et à appréhender leur avenir professionnel avec confiance et liberté de choix, elle initie une réflexion des jeunes sur l'orientation.*

*Les enquêtes réalisées mettent en évidence plusieurs grands impacts de court-terme. De manière centrale, est activée la projection dans le monde professionnel, la découverte de l'entrepreneuriat, et le renforcement de l'envie d'entreprendre son parcours.*

*L'effet sur les représentations genrées apparaît plus variable, reflétant l'importance et l'angle singulier avec lesquels ont été abordées ces questions lors de chaque intervention.*

- 1. Des vécus globalement très positifs**
- 2. Quatre principaux impacts**
- 3. Plusieurs facteurs de variabilité**

# III. 1. Des vécus globalement très positifs

## Des interventions très appréciées par les élèves, qui souhaiteraient renouveler l'expérience

La **quasi-totalité des élèves dit avoir apprécié cette expérience**. De fait, l'intervention est souvent marquante pour les élèves, car **sortant de l'ordinaire de la classe** ou même des occasions qu'il.elle.s ont pu avoir de rencontrer des professionnels – forums de l'orientation ou des métiers par exemple – et abordant des **thématiques souvent inédites** dans ce contexte scolaire – témoignages de parcours professionnels mais aussi personnels, partage d'une « philosophie de vie », etc. **L'aspect interactif et incarné est ainsi inspirant pour les élèves**, qui en sortent souvent motivé.e.s, voire touché.e.s d'avoir été pris au sérieux sur ces thématiques sur lesquelles on les sollicite de manière horizontale.

Cette expérience « marquante » s'illustre par exemple par le fait que 42% des élèves disent en avoir rediscuté spontanément entre eux.elles par la suite. Ce vécu est **d'autant plus impactant quand l'expérience a eu lieu hors des murs** de l'établissement scolaire (56% très satisfait.e.s, contre 49% quand l'intervention s'est déroulée en classe).

L'enquête qualitative montre également que **l'expérience a été d'autant plus forte et appréciée qu'elle a été travaillée en amont** – les élèves interrogé.e.s apprécient avoir pu anticiper la séance, préparé des questions voire abordé spécifiquement la thématique des inégalités de genre, tandis que c.eux.elles n'en ayant pas eu l'occasion le regrettent. De la même manière, les tendances quantitatives montrent que **le taux de satisfaction des élèves est d'autant plus élevé qu'il.elle.s en ont rediscuté par la suite** : en en débriant en classe avec leurs enseignant.e.s, entre élèves, voire quand certain.e.s ont repris contact avec l'entrepreneure.

## Des interprétations diverses du sens donné à l'intervention

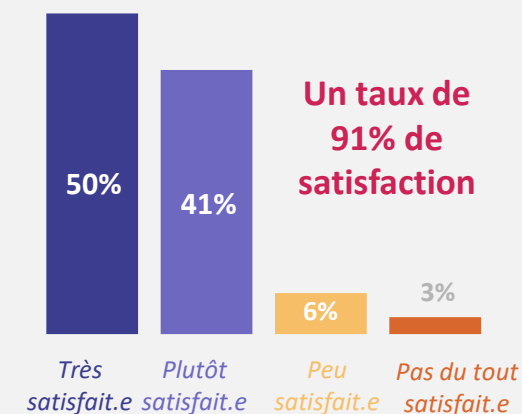
Les **élèves comprennent les objectifs de l'intervention différemment** : le plus souvent, ils l'envisagent comme un témoignage pour les aider à réfléchir sur leur orientation et découvrir des parcours professionnels, plus que sur l'entrepreneuriat ou le travail sur les stéréotypes femmes-hommes. Ces **interprétations sont très variables** en fonction de l'équilibre donné à l'orientation, l'entrepreneuriat et *a fortiori* l'entrepreneuriat *au féminin*, et selon **la manière dont l'enseignant.e et l'entrepreneure cadrent le discours tenu**.

De fait, les **élèves garçons se sentent tout autant concernés que les élèves filles**, participent et se questionnent de la même manière, car on parle avant tout dans ces témoignages des parcours et exemples de trajectoires professionnelles ainsi que du quotidien du monde de l'entreprise.

Enfin, les observations ont montré que les **élèves les plus jeunes** – notamment les classes de 4<sup>e</sup> – **avaient parfois plus de mal** à accrocher à l'intervention. Etant plus loin de ces choix d'orientation, il.elle.s sont moins à même de se projeter aussi loin dans un parcours professionnel, et sont **ainsi davantage intéressés par les grands messages** transmis sur la notion de « s'entreprendre » au sens large, quand les plus âgés s'intéressent plus directement au concret du monde du travail.

### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

L'avis global des élèves par rapport à cette expérience :



**76%** des élèves aimeraient assister à **d'autres témoignages** de ce type

**83% recommandent** cette expérience à d'autres jeunes

Les mots choisis par les élèves pour définir cette expérience :

**Intéressant (66%)**

Utile (45%)

Inspirant (44%)

Motivant (41%)

# Les 4 grands impacts des SEF

1.

**UNE PROJECTION PLUS POSITIVE DANS LE MONDE DU TRAVAIL**



**64%** des élèves estiment que l'intervention les a aidé à **se projeter dans l'avenir**

2.

**L'APPROPRIATION D'UNE PHILOSOPHIE D'ORIENTATION : ENTREPRENDRE SA VIE**



**77%** se sentent plus capables de se lancer dans un projet qui leur tient à coeur



**100000**  
ENTREPRENEURS

4.

**UN ENRICHISSEMENT DES REPRÉSENTATIONS GENRÉES ET PARFOIS, UNE MISE EN RÉFLEXION**



**67%** estiment que l'intervention leur a permis de réfléchir à ces questions

3.

**L'ENTREPRENEURIAT : DÉCOUVERTE ET INITIATION D'UNE RÉFLEXION PERSONNELLE**



**87%** estiment avoir appris/compris de nouvelles choses sur l'entrepreneuriat

# En synthèse : les 4 grands impacts observés

1.

## Une projection plus positive dans le monde du travail



- Un **premier accès à des professionnels** qui permet la découverte « incarnée » de **métiers** et du **fonctionnement de l'entreprise**
- Un **enrichissement des représentations** sur l'« après-études » qui renforce la capacité du jeune à **imaginer la vie qu'il aimerait avoir**
- Une **plus grande confiance face à l'avenir** grâce à la **dédramatisation des choix** d'orientation
- La prise de conscience que **les premiers choix se jouent dès maintenant**, et l'éveil d'un **sentiment de responsabilité face à sa scolarité**

2.

## L'appropriation d'une philosophie d'orientation : « entreprendre » sa vie



- **L'appropriation de messages capacitaires et aspirationnels** : « réussir, c'est trouver sa voie, c'est faire ce que l'on aime »
- **La stimulation de l'envie d'entreprendre** par le caractère motivant des parcours entendus
- **La prise de conscience de l'importance de la persévérance** et des **soft skills à développer** pour « prendre sa vie en main » et « se donner les moyens »

3.

## L'entrepreneuriat : découverte et initiation d'une réflexion personnelle



- **Une meilleure connaissance de ce qu'est l'entrepreneuriat** (spécificités, avantages, inconvénients) et de l'option qu'il représente parmi **l'horizon des possibles professionnels**
- **Une réflexion sur ses aspirations entrepreneuriales** : confirmation d'une appétence ou d'une non-appétence (« ce n'est pas pour moi »)

4.

## Un enrichissement des représentations genrées et parfois, une mise en réflexion



- **Une mise en visibilité des femmes qui nourrit des représentations moins stéréotypées** du monde professionnel et du *leadership*
- **Pour les filles** en particulier : **des dynamiques plus fortes d'identification**
- **Des questionnements spécifiques** qui émergent sur les représentations, et un **nouvel espace de débat qui s'ouvre en classe**, sur ces questions

## III. 2. Les impacts observés

### 1. Une projection plus positive dans le monde du travail



#### Un premier accès à des professionnels qui permet la découverte « incarnée » de métiers et du fonctionnement de l'entreprise

Quels que soient les niveaux et les filières concernées – générales, professionnelles ou techniques –, ces interventions ont un caractère inédit pour les élèves, dans un contexte de rareté de la rencontre avec des professionnels dans le cadre scolaire. **Le format en lui-même permet de rapprocher symboliquement les élèves de ce qu'est le « monde du travail »**, une opportunité dont s'emparent notamment les plus matures : dans l'enquête, les élèves de Terminale et 1<sup>ère</sup> sont ainsi plus nombreux que les autres niveaux à avoir apprécié « avoir un exemple concret de parcours professionnel ».

Cela s'illustre par l'intérêt manifeste des élèves pour le concret de la vie en entreprise, par leurs nombreuses questions portant sur le « quotidien » du poste de l'intervenante, par leur recherche d'informations sur les différents métiers de l'entreprise, le salaire, les compétences ou postures attendues, l'accueil éventuel de stagiaires...

L'un des premiers apports perçus par les élèves pour eux-mêmes est une banalisation de l'échange avec un.e professionnel.le. Lors de nos entretiens, est particulièrement valorisée par les jeunes la dimension « authentique » et « sincère », de l'entrepreneure qui se met à leur niveau, leur explique son parcours et les enjeux que cela a pu représenter personnellement et professionnellement. **Cette proximité dans l'interaction entre l'adulte et les jeunes apparaît comme essentielle, et l'impact est encore plus visible dans le format speed-meeting, où les échanges sont facilités et plus informels qu'en classe entière.**

#### Un enrichissement des représentations sur l' « après-études » qui renforce la capacité des jeunes à imaginer la vie qu'il.elle.s aimeraient avoir

Ce récit incarné par les intervenantes est d'autant plus fort pour les élèves qu'il vient expliquer et incarner les parcours professionnels en les reliant à des choix de vie : appétences évolutives pour une filière ou un métier, raisonnement derrière l'option de l'entrepreneuriat plutôt que du salariat, réponses données aux enjeux rencontrés comme celui de la mobilité, de l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, de l'ambition de carrière et du niveau de vie...

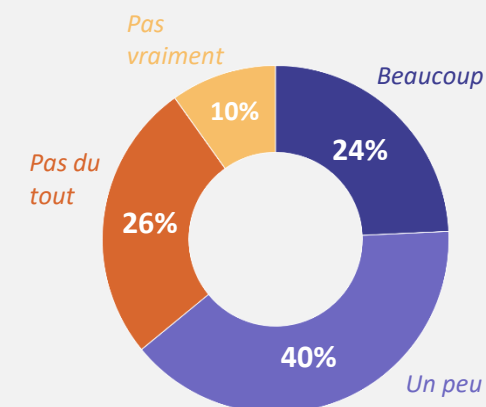
**Ces rencontres aident les jeunes à s'identifier à ces représentantes du monde professionnel, et donc à s'y projeter eux-mêmes.** Cela est renforcé par le caractère très interactif des interventions, les intervenantes questionnant bien souvent les jeunes sur leurs propres envies d'orientation ou de carrière, ce qui contribue à stimuler ce « retour sur soi » du jeune sur son propre projet et ses choix de vie futurs.

#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

« **Avoir un ou des exemple.s concret.s de parcours professionnel.s** » est ce qui a le plus plu aux élèves, quelque soit le format de l'intervention :

**62%** pour le format Témoignage  
**79%** pour le format Speed-meeting

**64%** des élèves estiment que l'intervention les a aidé à se projeter dans l'avenir





## III. 2. Les impacts observés

### 1. Une projection plus positive dans le monde du travail



#### Une réassurance face à l'avenir grâce à la dédramatisation des choix d'orientation

S'il.elle.s en sont à différents stades de leur scolarité, la plupart des élèves est ou a été mis en situation de réfléchir à son orientation, voire de faire des choix – choix de lycée, de filière, d'options, de vœux ParcoursSup...

Interrogé.e.s en *focus group*, **beaucoup confient sentir quelque peu « sous pression » au moment de prendre ces décisions, soulignant le manque d'informations dont il.elle.s disposent, les difficultés à se projeter, etc.** C'est d'autant plus le cas qu'il.elle.s se représentent souvent ces choix comme définitifs, voire s'en sentent dépossédé à cause du biais de désirabilité et de la conformisation aux attentes des parents, des enseignants, ou « modèles » véhiculés autour d'eux.

*A contrario*, les interventions proposées viennent porter à leur connaissance des parcours de réussite non « linéaires » (non concordance du métier exercé avec le parcours d'étude initial, autoformation, reconversions professionnelles...), souvent atypiques, et toujours motivés par l'envie et les goûts propres de l'intervenante. **L'un des principaux apports observés chez les élèves est ainsi une prise de conscience que ces choix qu'il.elle.s sont en train de faire ou de préparer ne sont jamais irréversibles**, et que les parcours ne se tracent pas définitivement avec le choix d'une orientation, ce qu'il.elle.s estiment rassurant et ce qui les aide à se projeter plus sereinement dans l'avenir.

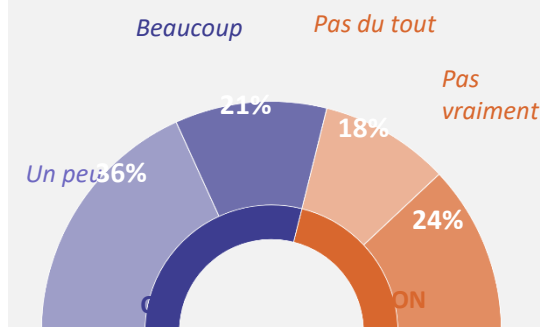
#### La prise de conscience que les premiers choix se jouent dès maintenant, et l'éveil d'un sentiment de responsabilité face à sa scolarité

Si l'aspect définitif de ces choix est dédramatisé, les intervenantes soulignent en revanche l'importance du moment que vivent les élèves pour construire leur avenir. Au cours de nos entretiens, les élèves sont fréquemment revenus sur cet aspect qui les a marqué : alors mêmes qu'il.elle.s ont du mal, au quotidien, à percevoir l'intérêt de certaines matières pour leur future vie professionnelle, les entrepreneures ont expliqué comment ce qu'elles ont appris à l'école a été déterminant et continue de jouer un rôle dans leur quotidien professionnel – que ce soient les mathématiques pour construire des *business plans* ou gérer la comptabilité, le français pour se savoir se présenter et parler de son projet, etc.

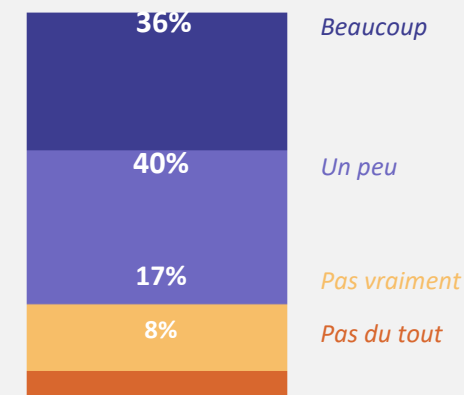
En sortie de l'intervention, la majorité des élèves a ainsi pris conscience de l'importance de l'école pour se forger un socle de connaissances et compétences qui leur sera utile par la suite. Un certain nombre d'élèves prend alors du recul par rapport à sa scolarité, en se posant des questions par rapport à des choix à faire pour plus tard : type de stage à solliciter, investissement scolaire, longueur des études par rapport à une entrée rapide dans le monde du travail, etc.

#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

**58%** des élèves estiment que cette expérience les a aidé à réfléchir à leur orientation



**76%** des élèves se sentent motivés pour réussir à l'école et dans leurs études



# Quelques témoignages d'élèves

« On a appris qu'on peut faire un métier et après en changer »  
« J'ai bien aimé [cette entrepreneure], parce qu'elle avait fait pleins de choses différentes avant de monter son entreprise » (extrait d'un focus group, élèves de 4e )

« Il faudra prendre des décisions, il faut qu'elles soient réfléchies... Il faut être rationnel » (extrait d'un focus group, élèves de 1<sup>ère</sup>)

« Ce qu'on fait à l'école ça va nous servir ! La dame qui n'aimait pas les maths, en fait pour elle c'est hyper important aujourd'hui... », (extrait d'un focus group, élèves de 4e )

« Elles ont aussi dit que c'était important, la langue française, les maths, l'histoire-géo, que ça nous servira » (extrait d'un focus group, élèves de 4<sup>e</sup>)

« Ça a enrichi nos connaissances sur le monde du travail » (extrait d'un focus group, élèves de 1<sup>ère</sup>)

« Ils ont beaucoup insisté sur le fait qu'on pouvait se tromper, changer de voie... Ça, ça nous rassure. Parce que quand on choisit notre spé', on nous dit de choisir notre filière, de s'orienter en fonction de nos études... ça bloque des portes, on doit très tôt savoir ce qu'on veut faire. Moi, j'étais pas forcément consciente qu'on pouvait bifurquer » (extrait de focus group, élèves de Terminale)

« Elle n'a pas abandonné, et elle a dit que n'importe qui pouvait réaliser ses rêves. Elle par exemple c'était la 1<sup>ère</sup> de sa famille à faire des études... Elle est partie de tout en bas, mais elle s'était donné un objectif, et elle a mis 10 ans pour y arriver. C'est impressionnant ! » (extrait d'un focus group, élèves de 4<sup>e</sup>)

« C'est la 1<sup>ère</sup> fois qu'on peut leur poser des questions sur elles »  
« C'était pas forcément facile au début » (extrait d'un focus group, élèves de 4e )

« C'était assez intéressant parce qu'on n'a pas beaucoup d'occasions de rencontrer des gens, même si on fait des recherches par nous-mêmes, on ne connaît pas forcément tous ces métiers. Donc ça permet de sortir des sentiers battus » (extrait de focus group, élèves de Terminale)

## III. 2. Les impacts observés

### 2.

#### L'appropriation d'une philosophie d'orientation : « entreprendre » sa vie



#### L'appropriation de messages capacitaires et aspirationnels : « réussir, c'est trouver sa voie, c'est faire ce que l'on aime »

Tout au long des interventions, les récits des entrepreneures sont ponctués de **messages-clés qui transmettent une véritable philosophie de ce qu'est pour chacune la « réussite » professionnelle mais aussi personnelle.** Interrogé.e.s sur ce qu'ils retiennent de ce temps d'échange, les réponses des élèves montrent qu'il.elle.s ont pour *minima* entendus et compris ces messages, et qu'il.elle.s y ont pour la plupart été très sensibles.

Beaucoup sont notamment marqué.e.s par **l'incitation qui leur est faite à l'introspection et à la prise de confiance en soi.** Véhiculée par des entrepreneures qui ont souvent longtemps tâtonné, testé, changé de poste ou de profession avant de trouver une voie qui leur convienne pleinement, cette philosophie capacitaire et aspirationnelle est appropriée par les élèves qui sont amené.e.s à se questionner sur ce qu'il.elle.s aiment faire, ce qui les motive, ce pour quoi il.elle.s pensent avoir des compétences, en s'affranchissant des éventuelles injonctions extérieures.

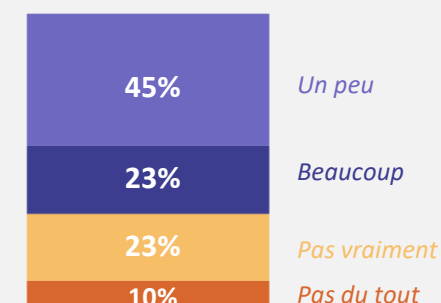
#### La stimulation de l'envie d'entreprendre par le caractère motivant des parcours entendus

**Le témoignage des entrepreneures est qualifié d'inspirant par les élèves, en ce qu'il leur montre des exemples de cheminements concrets, vécus, pour arriver à atteindre un rêve, une ambition,** en surmontant les divers obstacles qu'elles ont pu rencontrer, et en étant souvent « parties de rien ». Les intervenantes appuient beaucoup sur le fait que chacun.e possède en lui.elle cette faculté à se dépasser, à aller de l'avant, à trouver des solutions aux éventuels freins que chacun.e peut avoir. Ces messages forts sont souvent relayés et appuyés par l'enseignant présent, **le message étant que l'aspect le plus important pour s'accomplir professionnellement est de croire en soi et en ses capacités.**

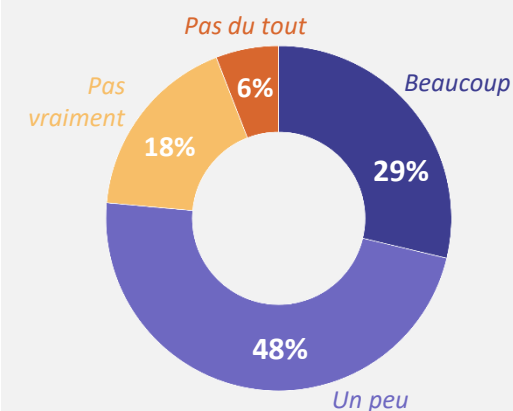
En sortie de l'intervention, une grande partie des élèves interrogé.e.s en focus group se sent ainsi « boostée » par le ou les discours entendus, et confortés par cette confiance placée en eux.elles. **C'est particulièrement le cas quand les élèves s'identifient aux entrepreneures venant de leur territoire,** qui leur racontent avoir rencontré les mêmes problématiques ou questionnements qu'eux.elles à leur âge, etc. Prolongeant ces messages motivants abordés pendant la séance, les élèves expriment ainsi souvent un état d'esprit positif et une motivation nouvelle pour se projeter dans un projet ou en tous les cas un futur où il.elle.s s'imaginent épanoui.e.s.

#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

**68%** des élèves se sentent plus confiants en eux.elles et leurs capacités



**77%** des élèves se sentent plus capables de se lancer dans un projet qui leur tient à cœur



## III. 2. Les impacts observés

2.

### L'appropriation d'une philosophie d'orientation : « entreprendre » sa vie



#### La prise de conscience de l'importance de la persévérance et des *soft skills* à développer

Au-delà de l'aspect motivationnel, les entrepreneures appuient également sur la nécessité, pour accéder à ses rêves, de se donner les moyens de ses objectifs. La valeur de la persévérance est centrale dans la plupart des témoignages, selon l'idée fréquemment entendue de « prendre sa vie en main ». Sans glisser vers un message naïf laissant croire « tout est possible », l'intervention offre aux jeunes un partage d'expérience de la part de professionnelles qui ne leur cachent pas les obstacles rencontrés, et qui insistent bien souvent sur le fait qu'elles ont dû beaucoup travailler, « s'accrocher », et, fréquemment, faire des sacrifices, pour arriver à s'accomplir.

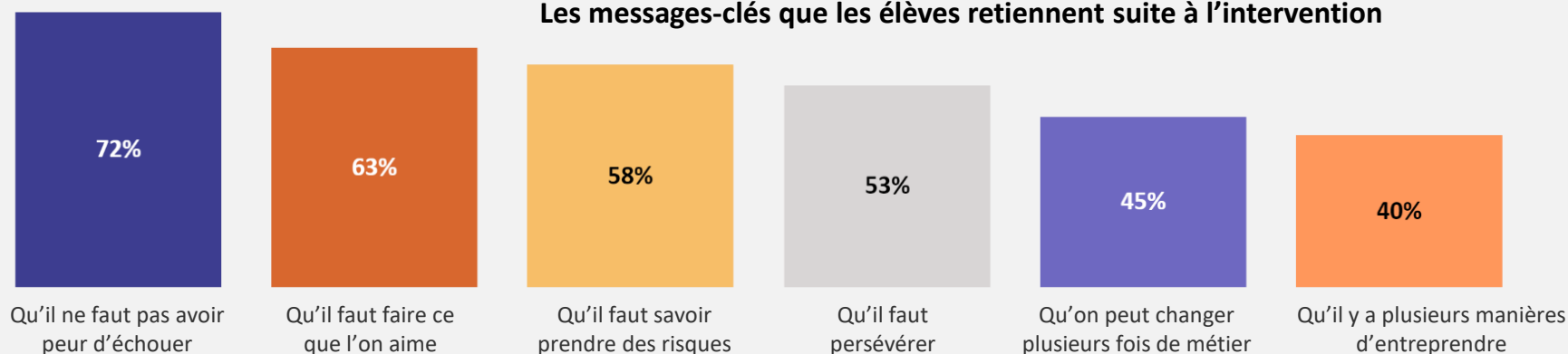
Ce que les élèves retiennent spontanément, en très grande majorité, est qu'il ne fait pas avoir peur de l'échec. L'une des questions récurrentes posées aux intervenantes par les élèves est en effet « *Et si ça ne marche pas ?* » « *Et si on rate ?* »... Des questions auxquelles les entrepreneures répondent en expliquant comment l'échec a finalement permis de se relever, d'apprendre, d'aller plus loin. Les élèves retiennent ainsi qu'il est nécessaire, parfois, de prendre des risques : il.elle.s disent en focus group être impressionné.e.s par la capacité des entrepreneures rencontrées à rebondir et à surmonter les obstacles auxquelles elles ont fait face dans leur parcours, que ces obstacles aient été matériels – manque de ressources et difficulté à trouver des investissements, échecs à des concours... – ou psychologiques – manque de confiance en soi, peur du regard des autres, peur de l'échec.

En conséquence, les élèves sont ainsi incité.e.s de manière plus ou moins forte à réfléchir aux *soft skills* qu'il leur sera nécessaire de développer pour avancer dans leur parcours : la persévérance, le sens de l'initiative et l'autonomie, notamment quand le choix se tourne vers l'entrepreneuriat ; le *leadership*, également, pour c.eux.elles qui veulent occuper des postes à responsabilité ; les capacités relationnelles, communicationnelles, et l'importance de savoir développer son réseau, pour tous.

QUELQUES CHIFFRES *issus de l'enquête nationale*

*Cette réponse « Il ne faut pas avoir peur de l'échec » arrive en tête quelque soient le genre, la classe et le format d'intervention (témoignage ou speed meeting)*

#### Les messages-clés que les élèves retiennent suite à l'intervention



# Quelques témoignages d'élèves

---

*« C'était bien, ça nous montre qu'il faut s'autoriser à changer, qu'on peut ne pas rester dans des cases »*

*(une élève de 1<sup>ère</sup>, en focus group)*

*« Moi j'avais déjà en tête de faire architecte d'intérieur, mais on m'avait dit que c'était trop long comme études, ça m'a remotivée »*  
*(extrait d'un focus group, élèves de 4e)*

*« Il ne faut jamais abandonner, même si on échoue, même si c'est pas facile... »*

*« C'est comme Aurélie qui a passé plein de fois le concours, à la fin elle l'a eu et elle a réussi alors que des gens qui l'avaient eu du premier coup on abandonné après.. »*

*« Il faut persévérer »*

*(extrait d'un focus group, élèves de 4e)*

*« C'est motivant...*

*On peut se tromper, ça c'est la 1<sup>ère</sup> fois qu'on nous le dit ! »*

*« On a la pression par rapport au bulletin, par rapport au choix de spécialité.. Là on voit aussi qu'on peut rebondir même si quelque chose rate ».*

*(extrait d'un focus group, élèves de 1<sup>ère</sup>)*

*« Il faut oser, investir, prendre des risques... Et il faut bien réfléchir, anticiper pour avoir aussi une sûreté »*

*« Il faut beaucoup prendre en maturité ! »*

*(extrait d'un focus group, élèves de 1<sup>ère</sup>)*

*« Ça fait se dire que c'est important de ne pas se fermer de porte... Qu'il faut resté motivé, toujours en vouloir, même dans ses études »*

*(une élève de 1<sup>ère</sup>, en focus group)*

## III. 2. Les impacts observés

### 3. L'entrepreneuriat : découverte et initiation d'une réflexion personnelle



#### Une meilleure connaissance de ce qu'est l'entrepreneuriat

Dans la majorité des cas, les interventions permettent de décrire de manière détaillée ce qu'est l'entrepreneuriat. Ceci permet d'enrichir les représentations souvent limitée des élèves sur le sujet, notamment les plus jeunes. De fait, l'enquête quantitative révèle que **quasiment la moitié des élèves (46%) ne connaît aucun entrepreneur dans son entourage**, ce qui explique en partie qu'il.elle.s ne se représentent pas tout à fait en quoi consiste ce terme et les réalités professionnelles de ce type d'activité.

**Il.elle.s découvrent ainsi la diversité de ce que l'entrepreneuriat peut recouvrir, notamment pour les élèves assistant aux *speed meetings***, ces derniers pouvant en effet découvrir une multiplicité de situations : auto-entrepreneures, projets menés en parallèle d'un autre emploi, start-ups, etc. Cela leur permet d'enrichir leurs connaissances et leurs représentations de ce que recouvre l'entreprise (dimensions juridiques, organisationnelles, financières, RH, etc.) .

Au-delà de ces aspects concrets, les élèves sont généralement très intéressé.e.s par le parcours qui a mené l'intervenante jusqu'à l'entrepreneuriat : il.elle.s cherchent à comprendre ce qui a justifié ce choix pour elle – autrement dit, pourquoi et comment elle est arrivée à l'entrepreneuriat – et quel bilan elle en retire aujourd'hui. **Ce partage, en toute sincérité, leur permet de mieux appréhender l'entrepreneuriat comme un choix professionnel et personnel**, une option envisageable à différents moments de leur future carrière.

#### Une réflexion sur ses aspirations entrepreneuriales

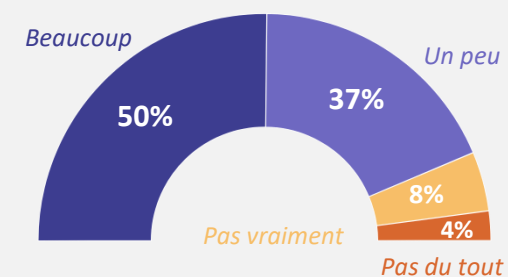
Les interactions entre les élèves et l'entrepreneure portent souvent sur les spécificités, les avantages et les inconvénients de l'entrepreneuriat par rapport à l'option du salariat. La possibilité d'aborder la dimension professionnelle mais aussi les conséquences personnelles de ce choix – en termes de rémunération, de charge de travail, de risques financiers, d'équilibre avec la vie familiale... – **permet à une partie des élèves d'effectuer un retour sur « soi » et de réfléchir à leurs propres aspirations** en écho à ce lot d'avantages et inconvénients.

Cela contribue pour une partie des élèves à confirmer une appétence ou une absence d'appétence, et, pour certains élèves qui n'y étaient pas sensibilisés auparavant, d'ouvrir un nouveau champ des possibles selon l'idée : « pourquoi pas moi ? ».

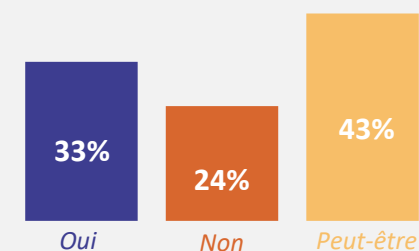
#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

**87%** des élèves estiment avoir **appris ou compris de nouvelles choses sur l'entrepreneuriat** grâce aux témoignages

**Suite à l'intervention, leurs connaissances concernant l'entrepreneuriat s'enrichissent...**



**...Et leur permettent de se questionner sur leur propre rapport à l'entrepreneuriat**



Taux d'élèves à qui l'intervention a donné envie de créer une entreprise

# Quelques témoignages d'élèves

---

*« Être entrepreneur c'est difficile, il y a des hauts et des bas, des fois on n'a pas d'argent pendant longtemps... »*

(extrait d'un focus group, élèves de 4<sup>ème</sup>)

*« Quand on est entrepreneur, on choisit ce qu'on veut faire, son emploi du temps.. N'importe quel parcours peut mener à l'entrepreneuriat. Entreprendre, c'est monter un projet dont on va vivre. Ça implique aussi de faire quelque chose qu'on aime beaucoup, et surtout, être indépendant. Ça peut être aussi une voie intéressante ! »*

(extrait d'un focus group, élèves de Terminale)

*« C'est sûr que si ton but c'est de créer une entreprise, il faut un gros travail perso, il faut savoir gérer.. »*

*« Je me suis toujours dit que je m'arrêtera pas à AS ou infirmière »*

(extrait d'un focus group, élèves de 1<sup>ère</sup>)

*« On se demande : 'est-ce que ça va durer'...  
On pense au futur »*

(une élève de 1<sup>ère</sup> intéressée par la perspective de l'entrepreneuriat)

## III. 2. Les impacts observés

### 4. Un enrichissement des représentations genrées et, parfois, une mise en réflexion



#### Une mise en visibilité qui nourrit des représentations non stéréotypées du monde professionnel

Dans les classes observées, la plupart des élèves dit avoir connaissance des problématiques d'inégalités de salaire à poste égal, ou de moindre représentation des femmes dans les sphères de direction. Ce différentiel se traduit aussi dans leur entourage : dans l'enquête, ils sont ainsi plus nombreux.es à connaître des entrepreneur.e.s hommes que femmes. Pour autant, si les élèves ont conscience des inégalités de genre, il.elle.s ne **font pas nécessairement le lien avec ce qui est en jeu dans leur orientation**.

Le fait que ce soient des femmes qui viennent témoigner en classe est donc clé pour enrichir l'imaginaire des élèves. **L'intervention contribue à enrichir et à ajuster leur représentation d'un entrepreneuriat où les femmes sont autant capables que les hommes, et à ancrer l'idée que les femmes sont à même d'entreprendre professionnellement et d'occuper des postes à responsabilité.** Cet enrichissement des représentations est notamment visible concernant les métiers peu féminisés, comme dans le milieu de la *tech* par exemple.

#### Pour les filles en particulier : des dynamiques plus fortes d'identification

Cet enrichissement des représentations est particulièrement marqué chez les filles, pour qui l'identification aux entrepreneures est facilitée. De fait, **les traitements effectués permettent de mettre en évidence certains apports plus marqués**. Sans que l'on puisse pour autant totalement les attribuer à l'intervention, on constate ainsi que :

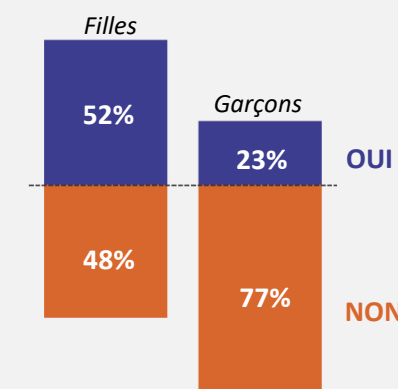
- **Les élèves filles sont globalement plus satisfaites de l'intervention** (moyenne de 3,4/4 contre 3,3 pour les garçons).
- Elles ont **davantage été marquées** par les messages transmis autour **du rapport à l'échec** (5 points de différence avec les garçons, 75% contre 70%)
- Elles ont été plus à même de **traduire ces témoignages en une réflexion personnelle et en une projection dans leur avenir** en lien avec leurs envies de métiers (57% contre 52%) et leur orientation (60% contre 56%). Par ailleurs, elles **estiment en retirer une plus grande motivation** à réussir à l'école leurs études.
- Elles expriment en revanche moins que les **garçons leur envie de créer leur propre entreprise** suite à l'intervention (31% contre 37%).
- Elles aimeraient enfin **davantage assister à d'autres témoignages de ce type** (78% contre 73%), mais environ un tiers seulement **préfererait que ce soit une femme**, contre 2 tiers pour qui cela « est égal ».

#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

**86%** des filles recommandent cette expérience à d'autres jeunes, contre **80%** pour les garçons.

Pour **52%** des filles, cela « change quelque chose », **que ce soit une femme qui témoigne**, contre **23%** des garçons

« Est-ce que cela change quelque chose pour toi, que ce soit une femme qui témoigne? »



De plus, **70 %** des filles disent que le fait que l'intervenante soit une femme **les ont fait se sentir plus concernées et les ont davantage inspirées**



## III. 2. Les impacts observés

### 4. Un enrichissement des représentations genrées et, parfois, une mise en réflexion



#### Des questionnements qui émergent et un nouvel espace de débat qui s'ouvre, en classe, sur ces questions

Si la question des stéréotypes de genre est inégalement abordée dans les différentes interventions, les élèves apparaissent intéressés par la thématique des représentations genrées et les inégalités femmes-hommes. Il.elle.s expriment en *focus group* avoir peu d'occasions de débattre et d'être accompagné.e.s à réfléchir sur ces sujets dans le cadre de la classe. Les SEF représentent ainsi une occasion inédite d'ouvrir le dialogue et de susciter l'échange en partant de réalités concrètes dans le cadre de l'école, et de mettre les élèves en réflexion sur la question des représentations et des inégalités genrées, non seulement dans le monde professionnel et plus largement dans la société.

**Si les interventions font passer avec succès l'idée d'égaux capacités des femmes et des hommes dans le domaine professionnel, il s'avère en revanche plus difficile de faire évoluer les stéréotypes genrés concernant les filières et les métiers.**

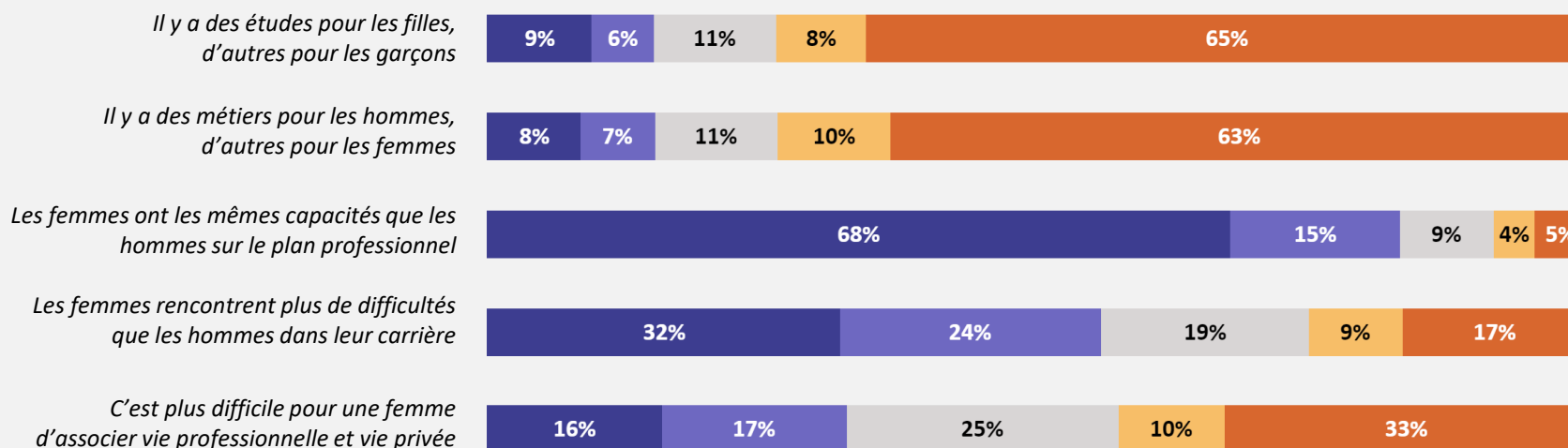
**Certaines dynamiques fines, comme les liens entre stéréotypes, discriminations et inégalités sont de plus difficiles à aborder dans le temps court de l'intervention et par l'unique prisme du témoignage individuel.**

Pourtant, ces sujets suscitent débat entre jeunes, comme l'ont révélé les *focus groups* réalisés. **Généralement peu abordés** en classe, ils demeurent maniés par les élèves selon un raisonnement lui-même fondé sur des représentations stéréotypées. A titre d'exemple, une femme mécanicienne ou un homme sage-femme reste pour eux.elles difficile à imaginer, notamment en lien avec des enjeux d'image de soi et des autres (et non de capacités).

#### QUELQUES CHIFFRES *issus de l'enquête nationale*

Les réponses des élèves à la question « Êtes-vous d'accord avec ces propositions ? »

Oui, tout à fait    Oui, assez    Neutre    Non, pas vraiment    Non, pas du tout



**67%** des élèves estiment que l'intervention leur a permis de « réfléchir à tout cela »...

Ce chiffre s'élève à **73%** pour les filles

contre **61%** pour les garçons

# Quelques témoignages d'élèves

---

« Ce serait bien de faire intervenir des hommes aussi, pas forcément pour avoir une vision opposée, mais comme on parle des hommes et des obstacles qu'ils peuvent mettre, c'est important de ne pas les mettre dans des cases non plus ».

(extrait de focus group, élèves de 1<sup>ère</sup> )

Une fille :

« Je retiens qu'en tant que femme, on peut ne pas avoir de barrière. Il n'y a pas de différence, c'est bien qu'elle ait dit ça »

Un garçon : « ça montre que la société évolue ».

(extrait d'un focus group, élèves de 1<sup>ère</sup> )

« Si on ne savait pas avant que ça allait être un peu sur [l'entrepreneuriat au féminin], je n'aurais pas deviné. C'était plus sur l'entrepreneuriat, notre orientation... »

(extrait de focus group, élèves de Terminale)

« On a eu un témoignage où l'entrepreneure a eu ses enfants, ça a été son moteur... la peur de la maternité, au premier abord on n'y pense pas du tout, mais ensuite c'est vrai qu'en tant qu'entrepreneur c'est à prendre en compte. Après, là, on a pu voir que cela ne l'avait pas empêchée »

« Elle a pu faire les deux, bien occuper de ses enfants tout en montant son projet »

« Les enfants c'est pas forcément une charge, ça peut être un boosteur »

(extrait de focus group, élèves de Terminale)

« C'est important d'en parler aux jeunes comme nous, mais aussi de sensibiliser dès le plus jeune âge »

« Depuis tout petit on est trop catégorisé »

Une fille : « moi je joue au foot, au rugby, on est pas obligé de rester dans les cases ! »

(extrait de focus group, élèves de 1<sup>ère</sup> )

# Quelques témoignages d'enseignant.e.s et d'entrepreneur.e.s

*« Le témoignage de l'infirmière, ça les a captivées! J'ai senti que ça les interpellait, ça les a 'accroché'. Mais l'autre parcours, beaucoup plus atypique, a eu le même impact. Les élèves ont été tout aussi intéressées et ont posé des questions à l'une comme à l'autre. »*  
(Une enseignante en Terminale, Filière Soins et Services à la Personne)

*« Il y a des jeunes filles dans la classe qui sont très scolaires, appliquées, sérieuses... ça peut leur donner un coup de boost, leur dire que c'est possible. »*  
(Une enseignante en 1<sup>ère</sup>)

*« Elles ont présenté leur métier, et on a aussi abordé le fait que ce soient des femmes entrepreneures. Je pense que ça a 'percuté' à leur niveau, surtout que parmi les intervenantes il y avait d'anciennes élèves du collège. Ensuite on en a débriefé avec les élèves, on a fait un débat pour savoir quels étaient leurs ressentis par rapport aux interventions. On a parlé de tout, de l'entreprise, des femmes, des caractères pour entreprendre, de ce qu'il faut pour qu'une femme se fasse une place dans l'entreprise... »*  
(Une enseignante de 3<sup>e</sup>)

*« Globalement les élèves étaient satisfaits, ça éveille les consciences, on met le doigt sur les réalités, ça fait découvrir des choses par rapport au monde du travail. J'ai beaucoup apprécié l'échange, je me retrouvais bien dans ce parcours de vie, les choix entre vie de famille et vie professionnelle. C'est un sujet qu'on a travaillé en amont [...]. Le fait qu'on l'ait travaillé en classe et qu'on l'ait repris ici les a bien interpellé. On a pu réfléchir sur les différences générations, le fait qu'il y ait des stéréotypes qui perdurent. »*  
(Une enseignante en Terminale)

*« Les enseignants m'ont dit : 'il faut revenir!'. J'ai vraiment senti qu'il y avait un besoin, ça a été souligné par les élèves dans leurs remerciements... Et cela remonte autant des filles que des garçons ! »*  
(Une entrepreneure intervenue dans un collège)

### III. 3. Variabilité des impacts : identification des facteurs-clé

L'observation de différents types d'interventions proposés par l'association dans le cadre des SEF dans différents contextes éducatifs a permis d'identifier **plusieurs facteurs déterminants dans les expériences des élèves et dans les dynamiques d'impact.**

#### Les interventions en format collectif : une expérience plus marquante pour les élèves

Le format speed meeting, par l'ampleur de l'évènement qu'il représente, **suscite un engagement plus prononcé de la part des élèves** : différenciation plus marquée d'avec le cadre de la classe, rythme plus cadencé, interactions plus directes et approfondies avec les entrepreneures...

Tout en véhiculant des messages communs, il permet également de diversifier les exemples de parcours, de rapports au monde du travail voire aux discours tenus sur la spécificité de l'entrepreneuriat féminin, et **ainsi démultiplier les possibilités d'identification** des élèves par rapport à une configuration où un seul témoignage leur est délivré.

**Lorsque sont croisés plusieurs témoignages, le vécu des élèves est plus intense et la séquence semble s'ancrer davantage dans leurs souvenirs.** 48% des élèves disent ainsi avoir rediscuté en classe de leur expérience suite à un speed meeting, contre 38% ayant assisté à un format témoignage.

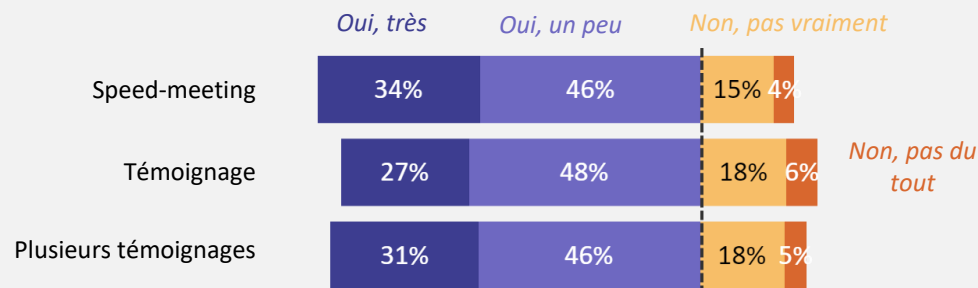
Parmi les impacts observés, les élèves ayant assisté à un speed meeting il.elle.s se sentent également **plus à même à créer, plus tard, leur propre entreprise** (44% contre 30% dans le cas d'un format Témoignage individuel), et plus largement se sentent plus capable de se lancer dans un projet qui les tient à cœur : à 80% pour les élèves ayant assisté à un speed-meeting, 77% pour les élèves ayant assisté à un témoignage de plusieurs femmes entrepreneures, et 75% dans le cas où ils ont assisté à un seul témoignage.

Les tendances de l'enquête montrent également que **les élèves ayant assisté à un format collectif** (speed meeting ou différents témoignages combinés) **ont été plus sensibles à la dimension genrée de l'intervention.** Les filles disent ainsi s'être **senties plus concernées et inspirées** par le fait que l'entrepreneure soit une femme (10 points d'écart avec le format Témoignage individuel), et tous les élèves estiment avoir été davantage incité.e.s à réfléchir à certains stéréotypes autour du genre.

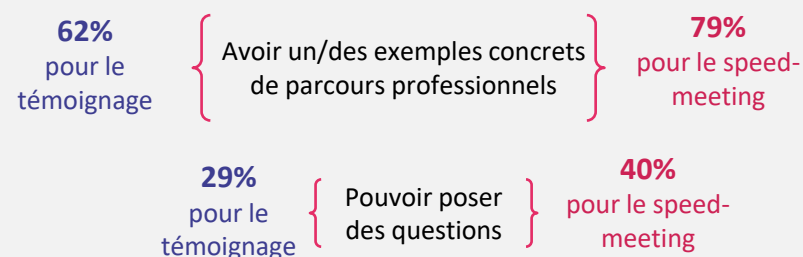
#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale

##### Différentiel d'impact en fonction du format :

*les élèves se sentent-il.elle.s plus capable d'entreprendre un projet qui leur tient à cœur ?*



##### Différences d'appréciation des élèves en fonction du format :



### III. 3. Variabilité des impacts : identification des facteurs-clé

#### La maturité des élèves et leur stade d'avancement en matière d'orientation, une donnée clé pour comprendre les impacts

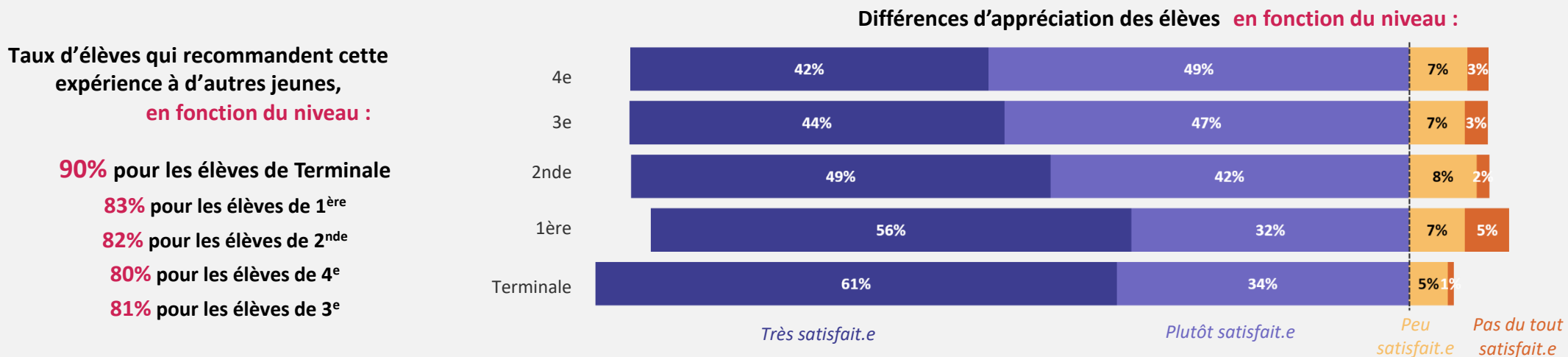
On constate également **des écarts significatifs d'impact en fonction de l'âge et du niveau des élèves, les lycéen.ne.s ayant davantage tendance à s'appropriier les thématiques de l'intervention.**

Ainsi, les **élèves les plus âgé.e.s ont un avis encore plus positif que les autres niveaux sur leur expérience** : 61% des élèves de Terminales et 56% des élèves de 1<sup>ère</sup> s'estiment très satisfaits de l'intervention, contre 50% en moyenne. Les élèves de Terminale sont 90% à recommander cette expérience à d'autres jeunes, soit 7 points de plus que la moyenne. De fait, **la proportion de c.eux.elles s'estimant « très satisfait.e.s » augmente progressivement avec l'âge des élèves, tout comme le taux d'élèves qui recommandent cette expérience à d'autres jeunes.**

Les apports observés autour de **la réflexion personnelle sur l'orientation sont aussi plus importants** chez les lycéen.ne.s que les collégien.ne.s, **quand il s'agit d'enjeux concrets** : réfléchir à ses goûts et envies de métiers (57% contre 51%), entreprendre un projet qui tient à cœur (65% contre 60%) se projeter dans l'avenir (66% contre 62%) ou encore avoir envie de créer une entreprise (37% contre 28%). En revanche, les **apports s'égalisent au niveau de l'appropriation des messages transmis**, ainsi que des **compétences transversales stimulées**. Enfin, les **élèves filles les plus âgées sont également celles qui sont le plus réceptives à la dimension genrée** des interventions : les lycéennes sont 61% à dire que cela « change quelque chose que ce soit une femme qui témoigne », contre 42% seulement des collégiennes. De la même manière, 74% des lycéennes estiment que cela les a davantage inspirées, contre 65% pour les collégiennes.

*Ces données sont toutefois à manier avec précaution, dans la mesure où les élèves les plus âgé.e.s sont aussi les plus à mêmes d'être réflexifs sur leur expérience, donc d'identifier les apports pour eux et de les verbaliser lors de l'enquête.*

#### QUELQUES CHIFFRES issus de l'enquête nationale



## IV. Synthèse conclusive

## IV. 1. Synthèse conclusive

---

### Un concept qui répond à de réels besoins

L'évaluation a confirmé la pertinence du concept proposé par les SEF. Il vient en effet répondre aux besoins des élèves, en proposant aux enseignants un format inédit d'intervention simple, sous forme de témoignages *incarnés* qui leur permettent d'aborder différemment la question de l'orientation et des parcours professionnels, tout en s'attachant à réduire certains freins psychologiques, particulièrement prégnants pour les filles.

Il vient également répondre aux besoins des enseignant.e.s d'être outillé.e.s sur cette question de l'orientation pour arriver à mieux accompagner leurs élèves et lever certaines de ces représentations limitantes. Il.elle.s accueillent ainsi très positivement le concept, et sont en phase avec les messages-clés transmis.

Ce concept apparaît néanmoins difficile à saisir depuis l'extérieur, car relativement complexe et articulant des objectifs à la croisée de différents champs d'intervention – l'entrepreneuriat, l'orientation, la déconstruction des stéréotypes genrés – ce qui soulève un enjeu stratégique de positionnement pour l'association dans l'explicitation et la communication de sa théorie d'action.

### Une qualité de mise en œuvre soulignée par les parties-prenantes

Le dispositif des SEF constitue une action bien formalisée et très bien ancrée dans un écosystème partenarial particulièrement soutenant. En appui sur des réseaux professionnels, il parvient à activer l'engagement d'entrepreneures qui y trouvent un sens personnel. Le professionnalisme de l'équipe, la notoriété établie sur les territoires et la capitalisation sur les méthodes développées dans le cadre plus global des interventions portées par l'association ont permis un déploiement rapide des SEF, toujours en cours aujourd'hui, y compris sur les territoires d'outre-mer et ruraux, où peu d'interventions existent sur ce thème.

Très majoritairement, la qualité des interventions est reconnue à la fois par les enseignants, qui bénéficient d'un appui organisationnel apprécié, et par les élèves, qui témoignent d'un vécu très positif et marquant sur le plan personnel, et ce quels que soient le format ou leur âge, niveau et genre.

En pratique, la mise en œuvre est aussi dépendante de l'appropriation diversifiée du concept par les enseignant.e.s et entrepreneures. De fait, une grande variabilité existe dans la manière dont sont menées les interventions et abordées les thématiques des SEF, en particulier sa dimension la plus subtile, autour du genre. Cette variabilité impacte la compréhension qu'en ont les élèves, et soulève la question du degré de cadrage et d'appui pédagogiques nécessaires pour optimiser les impacts identifiés.

### Des impacts multiples pour les élèves, à différents degrés

L'évaluation a mis en lumière des apports qui s'expriment de manière transversale chez la quasi-totalité des élèves, avec plus ou moins d'intensité en fonction de leurs profils – genre, âge et niveau de classe – et du type d'intervention auquel il.elle.s ont participé. On note ainsi un enrichissement des connaissances et représentations sur le monde professionnel, ainsi que sur l'évolutivité du parcours professionnel et l'articulation avec les choix de vie, en déconstruisant au passage plusieurs stéréotypes, en particulier sur les capacités des femmes à tracer leur parcours, ainsi que sur l'entrepreneuriat.

Cette projection dans l'avenir permet aux élèves d'appréhender leur orientation plus sereinement et d'initier une démarche introspective et capacitaire parfois inédite pour eux : l'importance de se connaître, le droit d'être soi-même et de suivre ses envies, le fait d'avoir confiance en ses capacités... L'intervention incite ainsi à mettre les élèves en responsabilité face à leurs aspirations, et à développer des *soft skills* nécessaires pour les réaliser – motivation, persévérance, rapport moins anxieux à « l'échec »...

L'évaluation ne permet pas de s'avancer sur l'impact durable de ces prises de conscience ; ses résultats montrent bien les sensibilisations permises sur l'orientation, l'entrepreneuriat, et les stéréotypes de genre. Ils incitent également à réitérer l'expérience pour chaque jeune, plusieurs fois au cours de sa scolarité. La récurrence est l'une des pistes stratégiques de l'association pour dépasser un cadre d'intervention « ponctuel ». Cette perspective apparaît très pertinente, et importante à affirmer auprès des enseignants

# ANNEXES

- Méthodologie détaillée
- Bibliographie





## Objectifs :

1. Poser le cadre théorique de l'évaluation
2. Concevoir la cartographie des impacts visés
3. Affiner la méthodologie d'enquête qualitative et quantitative

## Moyens :

- Analyse documentaire
- 8 entretiens de cadrage
- Revue de littérature en sciences sociales sur plusieurs thèmes-clés :
  - ✓ L'entrepreneuriat féminin en France et l'enjeu de mixité dans les métiers,
  - ✓ La question des représentations de genre,
  - ✓ Le poids des stéréotypes de genre dans la construction du parcours d'orientation,
  - ✓ L'éducation entrepreneuriale, les *soft skills* et aspirations entrepreneuriales,
  - ✓ La pertinence des différents partis-pris opérationnels des SEF.

## 4 réunions :

- 2 Comités de pilotage (octobre 2021, février 2022)
- 2 réunions avec l'équipe (octobre 2021, janvier 2022)

## Entretiens de cadrage réalisés

- **L'équipe de 100 000 entrepreneurs**
  - Joséphine Boulinguez, Directrice des opérations
  - Raphaëlle Danos, Responsable coordination
  - Marilyn de Cremoux, animatrice en région AURA
  - Mathieu Gagnot, animateur en région Nouvelle Aquitaine
  - Elise Alexis, animatrice en région Guadeloupe
- **Les partenaires :**
  - Franck Charron, Adjoint à la cheffe de bureau, Bureau de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la vie professionnelle, ministère délégué chargé de l'égalité femmes/hommes, de la diversité et de l'égalité des chances
  - Aurélie Ponzio, Entrepreneure et Présidente du réseau Mampreneurs
  - Neila Tabli, Responsable des partenariats pour l'entrepreneuriat des jeunes chez Bpifrance



# Les enquêtes de terrain (mars-avril 2022)

## Objectifs :

1. Etudier l'intervention *in situ* et la mise en œuvre concrète
2. Recueillir les vécus et les impacts en croisant les regards (enseignants, entrepreneurs, élèves)
3. Affiner l'identification des impacts en vue du questionnaire

## Moyens : l'étude de 6 interventions permettant :

- Observation de l'intervention
- Entretiens avec l'enseignant et l'entrepreneure (« débrief »)
- Entretien avec des élèves (1 *focus group* par classe)

## Critères de choix des classes étudiées :

- ✓ Critères de diversité et de représentativité des cadres/ contextes d'intervention : diversité de région, contexte socio-territorial, type d'établissement & niveaux d'enseignement
- ✓ Critères liés à l'intervention : les 2 grands formats (speed meeting, témoignage individuel), en classe/à l'extérieur, les types d'intervenants (réseau partenaire ; métiers)
- ✓ Accord de l'enseignant et de l'intervenante

### Auvergne- Rhône-Alpes

Format témoignage  
Classe de 1<sup>ère</sup> STMG  
Lycée Pierre du Terrail à  
Pontcharra

Format speed-meeting  
Classes de 4<sup>e</sup>  
Collège Longchambon à  
Lyon

### Ile-de-France

Format de plusieurs  
témoignages  
Classes de 4<sup>e</sup>  
Collège de Gassicourt à  
Mantes-la-Jolie

Format speed-meeting  
Classes de 2<sup>nd</sup>e  
Institut Saint Dominique à  
Neuilly

### Aquitaine & Occitanie

Format témoignage  
Classe de 4<sup>e</sup>  
Collège Puygrelier à Saint  
Michel

Format témoignage en duo  
Classe de Terminale  
professionnelle  
Lycée Sainte Cécile  
à Albi

### Enquête « DOM » à distance

Entretiens de bilan  
suite à l'opération  
SEF avec :

L'animatrice

1 entrepreneure

2 enseignantes

# Aperçu du questionnaire

## Partie 1 - Pour te connaître un peu plus...

Ta Région

Tu es en :

Lycée professionnel  Lycée filière générale

Lycée filière technologique  Collège

Ta classe :

4ème  3ème  2nde  1ère  Terminale

Ton genre :

Fille  Garçon  Autre  Je ne souhaite pas répondre

Tu as assisté à :

Un speed-meeting avec plusieurs entrepreneurs

Un témoignage d'une femme entrepreneure

Un témoignage de plusieurs femmes entrepreneures

Un témoignage d'hommes et femmes entrepreneurs

*Si tu as un doute, demande à ton enseignant*

C'était :

En classe  A l'extérieur

Avais-tu déjà assisté au témoignage d'un ou d'une entrepreneur.e avant, avec ta classe ?

OUI  NON

## Partie 3 - Ce que cela t'a apporté

Cette expérience, c'était ...

Inspirant  Utile  Ennuyeux  Surprenant

Motivant  Intimidant  Intéressant  Marquant

*Consigne : choisis-en 3 maximum !*

Grâce au(x) témoignage(s), as-tu appris ou compris de nouvelles choses sur :

| Ce qu'est l'entrepreneuriat | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Un ou des métier(s)         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Les parcours d'étude        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Qu'est-ce que tu retiens de tout ça ?

Qu'il ne faut pas avoir peur d'échouer  Qu'il faut faire ce que l'on aime  Qu'il faut persévérer

Qu'il y a plusieurs manières d'entreprendre  Qu'il faut savoir prendre des risques  Qu'on peut changer plusieurs fois de métiers

*Il n'y a pas de mauvaise réponse !*

En particulier, est-ce que cela :

|   | Oui, beaucoup            | Oui, un peu              | Non, pas vraiment        | Non, pas du tout         |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| T'aide à réfléchir sur tes goûts, tes envies de métiers     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Te donne envie d'entreprendre un projet qui te tient à cœur | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Te donne confiance en toi et en tes capacités               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Te motive à réussir à l'école et dans tes études            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| T'aide à te projeter dans ton avenir                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



# Méthode & Bilan de la passation du questionnaire (1/2)

## Objectifs :

1. **Recueillir le vécu** et la satisfaction des élèves
2. **Quantifier les impacts** sur les jeunes
3. **Identifier des différentiels d'impact** en fonction de plusieurs facteurs (format, lieu de l'intervention, territoire...)

## Moyens & modalités de la passation :

- Une enquête en ligne opérée sous *Sphinx*, renseignée en classe sur ordinateur ou smartphone (lien web et/ou QR Code)
- Une sensibilisation des enseignants en amont et un guide pour la passation transmis
- Une facilitation par les animateurs 100 000 Entrepreneurs

## Un questionnaire en 4 parties

- I. Informations sur le jeune et l'intervention dont il/elle a bénéficié
- II. Vécu / satisfaction
- III. Apports directs pour le jeune
- IV. Réflexion sur les représentations F/H et ce qui change suite à l'intervention

## Bilan de la passation

2 280 répondant.es

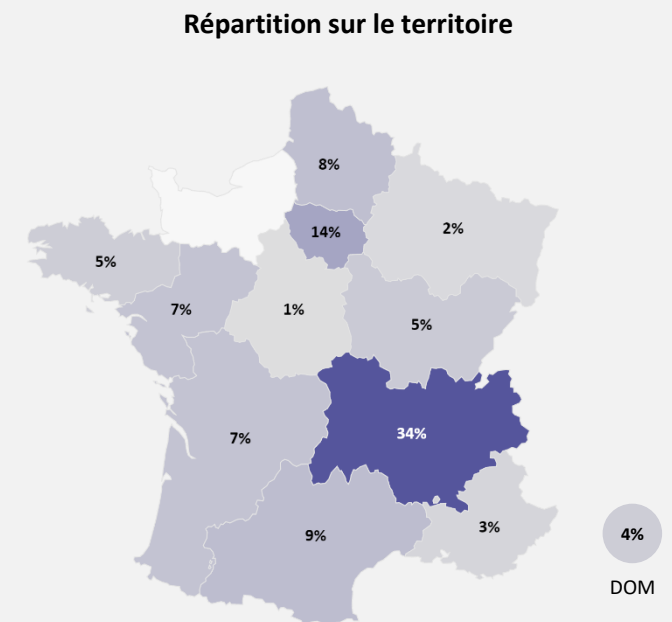
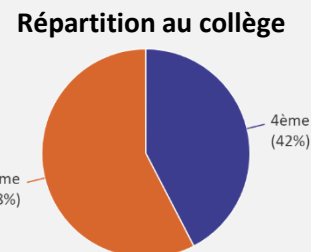
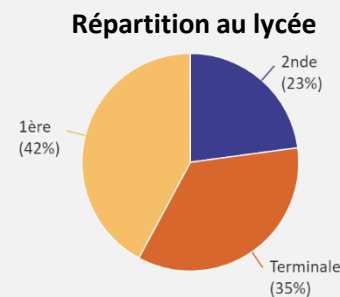
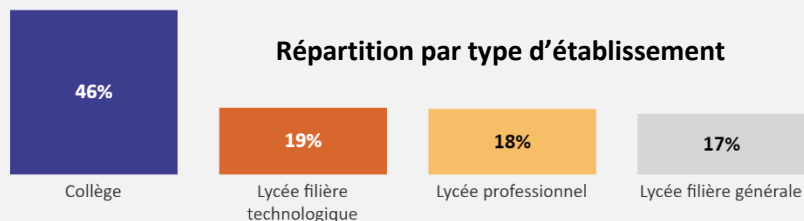
56% de filles & 38% de garçons

57% : témoignages d'une entrepreneure

22% : témoignages de plusieurs entrepreneures

12% : speed-meeting

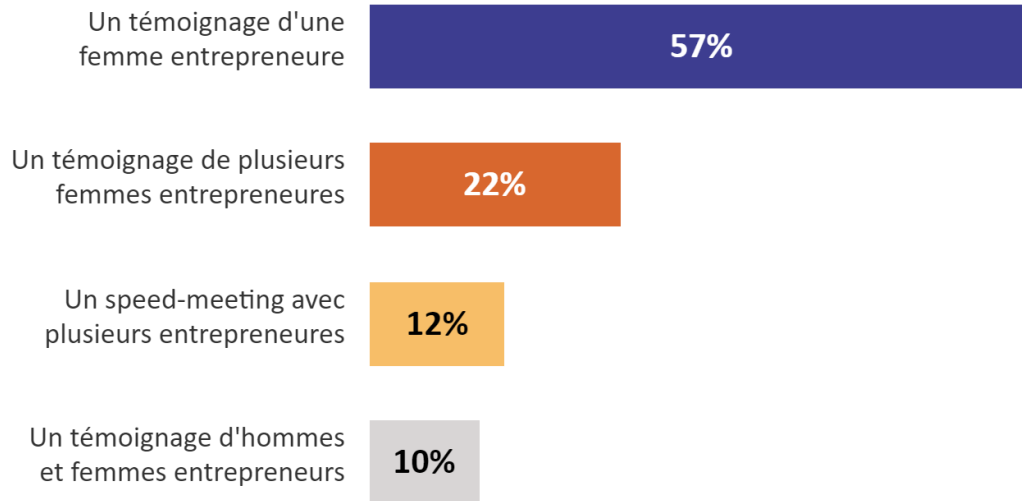
10% : témoignages d'hommes & femmes entrepreneur.es





# Méthode & Bilan de la passation du questionnaire (2/2)

## Type d'intervention à laquelle ont assisté les élèves



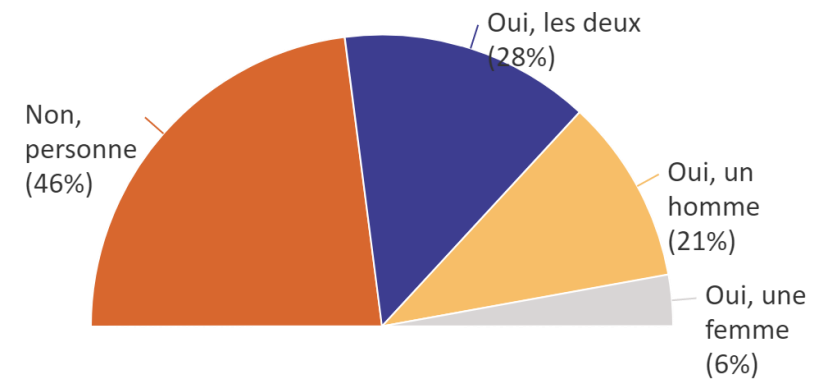
## Lieu de l'intervention



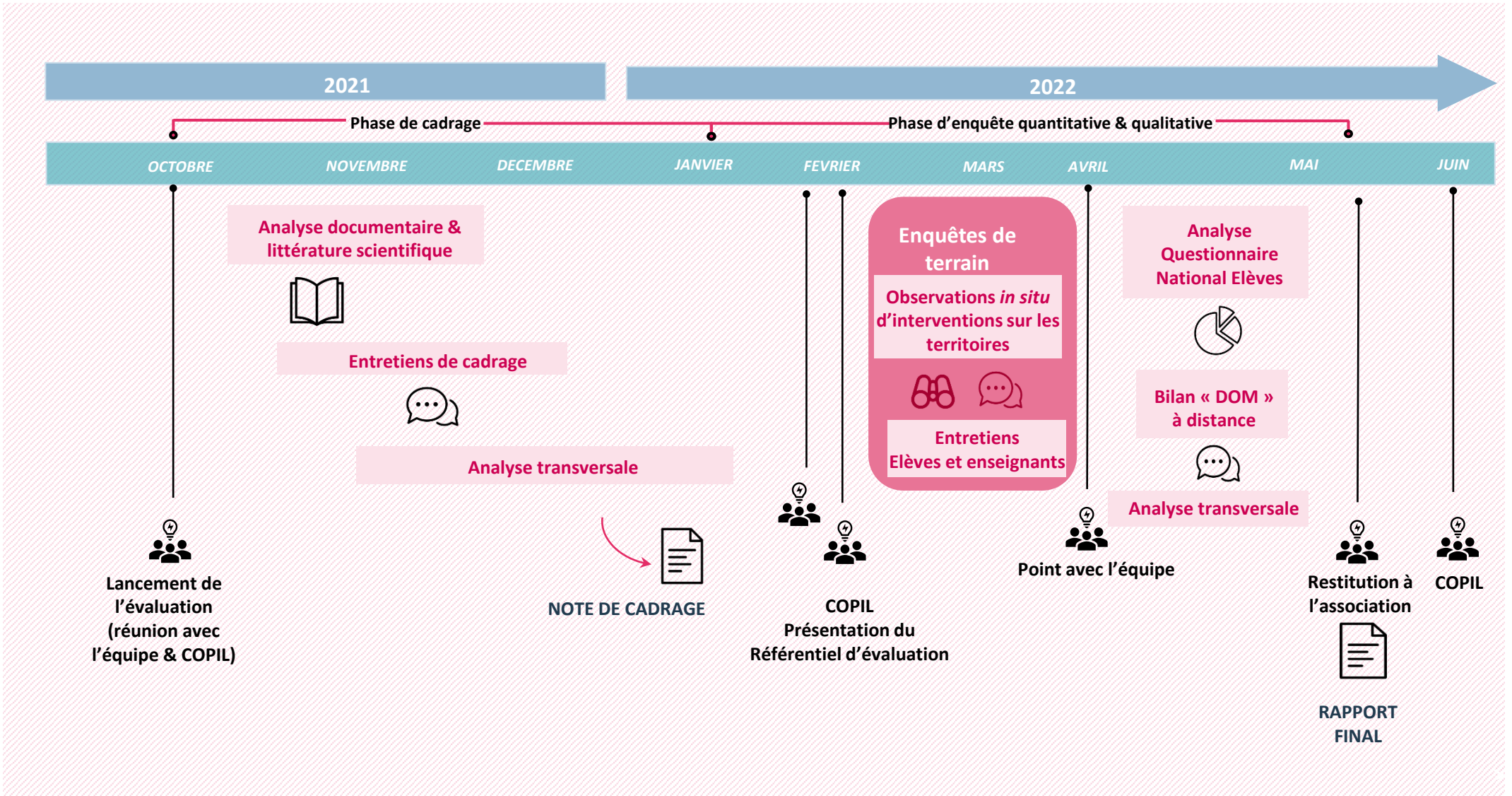
Taux d'élèves pour qui c'était la 1ère intervention de la part de l'association :

80%

## Les élèves connaissent-ils des entrepreneur.e.s dans leur entourage ?



# CALENDRIER DE L'ÉVALUATION



# BIBLIOGRAPHIE

---

- Assemblée nationale (2021), *Mission d'information sur les stéréotypes de genre*, rapport d'information fait au nom de la Délégation aux Droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes, rapport d'information n° 4517 enregistré le 6 octobre 2021.
- Bandura, A. (1982). « Self-Efficacy Mechanism in Human Agency. » *American Psychologist* 37, n° 2: 122-47.
- Bapteste I., Trindade-Chadeau A. (dir.) (2014), Ce qu'entreprendre permet d'apprendre. L'entrepreneuriat des jeunes : insertion professionnelle pour certains, levier d'apprentissage pour tous, *INJEP, coll. Cahiers de l'action*, n° 41, Paris.
- Baudelot C. & Establet R. (2007) *Quoi de neuf chez les filles ? Entre stéréotypes et libertés*, Nathan, coll. « L'enfance en questions », 141p.
- Berthaud J. (2021), « Le rôle des compétences transversales dans les trajectoires des diplômés du supérieur », Céreq, *Bref*, N° 408
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). Global entrepreneurship monitor 2018/2019 global report. *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*.
- Breda T., Grenet J., Monnet M., Van Effenterre C., (2019) « Role model féminins : un levier efficace pour inciter les filles à poursuivre des études scientifiques ? », *Les Notes de l'IPP*, n° 45.
- Chambard O. (2014). « L'éducation des étudiants à l'esprit d'entreprendre : entre promotion d'une idéologie de l'entreprise et ouverture de perspectives émancipatrices ». *Formation Emploi*, no 127.
- Champy-Remoussenard P. (dir.). (2014). *Innovons et développons l'esprit d'entreprendre*. Rapport de recherche. Lille: Université Lille 3.
- De Saint Paul, J. (2004). *Estime de soi, confiance en soi: s'aimer, s'apprécier et croire en soi*. InterÉditions.
- Delanoë-Gueguen, S., & Fayolle, A. (2019). Crossing the entrepreneurial rubicon: A longitudinal investigation. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 1044–1065.
- Duckworth, Angela L., Christopher Peterson, Michael D. Matthews, et Dennis R. Kelly (2007) « Grit: Perseverance and Passion for Long-Term Goals. » *Journal of Personality and Social Psychology* 92, n° 6: 1087-1101.
- Duru-Bellat M/ (2005) « L'école des filles : quelle formation pour quels rôles sociaux ? », *Revue française de pédagogie*, 151, pp. 174-176
- Dweck, Carol S. (2006) *Mindset: the new psychology of success*. New York: Ballantine Books.
- Fayolle A. & Laffineur C. (2017), « combler le fossé entre l'intention et l'action entrepreneuriale : ce qu'enseignent les enquêtes GEM et GUESSS », *Entreprendre & Innover*, 2017/2 n° 33, p. 10-17
- Fayolle A. (dir.) (2007), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education. Volume 1. A General Perspective*.
- Frouillou L., *Les mécanismes d'une ségrégation universitaire francilienne*. Thèse soutenue à Paris 1, sous la direction de Sylvie Fol. 2015.
- Gabay-Mariani L. (2020) *Le processus entrepreneurial à l'épreuve de l'engagement : contributions théoriques et méthodologiques à l'analyse de l'engagement des entrepreneurs naissants : une application au contexte de l'entrepreneuriat étudiant*. Thèse de doctorat en gestion et management, Université Grenoble Alpes.

# BIBLIOGRAPHIE

---

- Hernandez L. (2016), « Programmes de développement des compétences sociales et d'insertion professionnelle chez les étudiant.e.s: efficacité et limites », *L'orientation scolaire et professionnelle*, 45/3.
- Huillery E. et Guyon N. (2014), « Choix d'orientation et origine sociale : mesurer et comprendre l'autocensure scolaire », *Rapport final du LIEPP*, Sciences Po.
- Huillery E., Crépon B., Duflo E. et Parienté W. (2014), « Effets du dispositif d'accompagnement à la création d'entreprise CréaJeunes : résultats d'une expérience contrôlée », *rapport remis au Fonds d'expérimentation pour la jeunesse* (FEJ).
- Insee (2020), « Les hauts salaires dans le secteur privé », *Insee première*, mai 2020. Chiffres Insee, déclarations annuelles de données sociales (DADS) et déclarations sociales nominatives (DSN).
- Insee (2021), « Un nouveau record de créations d'entreprises en 2020 malgré la crise sanitaire », *Etude*, février 2021.
- Inspection générale de l'Education nationale, du sport et de la recherche - IGESR (2020), *L'orientation, de la quatrième au master*, rapport thématique annuel.
- Kautonen, T., Gelderen, M. van, & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour : a test of the theory of planned behaviour, *Applied Economics*, 45(6)
- Koreis (2021), « Revue de littérature sur les liens entre l'expérience de l'entrepreneuriat et l'insertion socio professionnelle des Jeunes », *rapport final remis aux associations Enactus, Groupement de créateurs, Entreprendre pour apprendre et 100000 entrepreneurs*.
- KPAM (2021), « Entreprendre : Imagine-toi dans 10 ans ! Modélisation des aspirations », *rapport d'étude*, ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse.
- Landrier S., et Nakhili N. (2010) « Comment l'orientation contribue aux inégalités de parcours scolaires en France », *Formation emploi*, n° 10.
- Maire S. (2018), *Science et politique des « soft skills » de l'éducation à l'emploi. Sociologie d'un nouveau motif cognitif international*, Université de Strasbourg.
- Masson J. et Fenouillet F (2013), « Relation entre sentiment d'efficacité personnelle et résultats scolaires à l'école primaire : Construction et validation d'une échelle », *Enfance*, N° 4, p. 374 – 392.
- MENESR-DEPP (2014). « Filles et garçons sur le chemin de l'égalité. De l'école à l'enseignement supérieur ». *Rapport de la DEPP*.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). "A three-component conceptualization of organizational commitment". *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
- Ministère chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes, de la diversité et de l'égalité des chances (2021), *Vers l'égalité réelle entre les hommes et les femmes - Chiffres clé Edition 2021*.
- Morel S. & Maire S. (2020), *Evaluation de l'expérimentation Continuum pédagogique Bac -3 Bac+3 et Esprit d'entreprendre du Pôle étudiant de La Réunion - APDOM 5*, rapport d'évaluation remis à l'INJEP/MEEPP.
- Orange S., et Lemêtre C. (2016) *L'orientation post-bac : entre logique formelle et logique commune. Enquête auprès des lycéens de terminale en Pays de la Loire*. Rapport final du Programme de Recherche sur les Images Sociales et Mentales De l'Enseignement Supérieur.



# BIBLIOGRAPHIE

---

- Pepin M. (2017), « Le projet entrepreneurial à l'école primaire : tensions inhérentes à son intégration à la forme scolaire », *Agora débats/jeunesses* (N° 75), pp. 73-88
- Pepin M. (2017), « S'entreprendre pour apprendre à l'école primaire : un défi pédagogique. », *Entreprendre & Innover*, 33(2), pp.18-28
- Pupponi F., Amon, E. (2021), *La sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat*, rapport remis à Sarah El Haïry, Secrétaire d'Etat chargée de la jeunesse et de l'engagement
- Richit N. (2014), « L'éducation à l'orientation dans le cadre d'un enseignement d'exploration en seconde », *Recherches en didactique*, n° 18, p. 101-118.
- Rocher, T. et N. Le Donne (2012). Les aspirations professionnelles des élèves de 15 ans dans 57 pays : ambition et réalisme. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle* 41, 439–468.
- Shankland, R. (2019). *La psychologie positive (3e éd)*. Dunod.
- Sule A., Boneva T. et Ertac S. (2019), « Ever Failed, Try Again, Succeed Better: Results from a Randomized Educational Intervention on Grit », *The Quarterly Journal of Economics* 134.3, pp. 1121–1162
- Tanguy, L. (2016). *Enseigner l'esprit d'entreprise à l'école. Le tournant politique des années 1980-2000 en France*. La Dispute.
- Trindade-Chadeau A. (2019), « L'incitation à l'entrepreneuriat des jeunes dans des quartiers de la politique e la ville (QPV) : étude exploratoire », *INJEP Notes & rapports/Rapport d'étude*.
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to action : Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655-673.
- Van Zanten A. (2011), *Compétition et choix dans le champ scolaire. Un modèle statutaire d'analyse des logiques institutionnelles et sociales*. Lien social et Politiques, Anjou, Québec : Éd. Saint-Martin ; Rennes : Presses de l'EHESP, pp.179 - 196
- Verzat C. (2011). « Esprit d'entreprendre, es-tu là ? » Mais de quoi parle-t-on ?. *Entreprendre & Innover* n° 11-12.
- Verzat C. et Toutain O. (2015). « Former et accompagner des entrepreneurs potentiels, diktat ou défi ? », *Savoirs* 39, no 3.
- Verzat C., O'Shea N. et Jore M. (2016), « Des étudiants heureux et proactifs grâce à l'apprentissage autodirigé », *Entreprendre & Innover* (n° 29), pp. 37-48
- Verzat C., Toutain O. (2014), « Entraîner l'esprit d'entreprendre à l'école, une opportunité pour apprendre à apprendre ? », *Cahiers de l'action*, N° 41, p. 7-17.
- Verzat C., Toutain O. (2014), « Entraîner l'esprit d'entreprendre à l'école, une opportunité pour apprendre à apprendre ? », *Cahiers de l'action*, N° 41, p. 7-17.
- Vouillot, F. (2010). L'orientation, le butoir de la mixité. *Revue française de pédagogie* 171, 59–67.
- Vrignaud P. (2016), « L'évolution des intentions d'orientation et du choix professionnel au cours du collège: l'impact du genre et de l'origine sociale. », *Rapport scientifique du CNESEO, Comment l'école amplifie les inégalités sociales et migratoires*.
- White R., Prager E., Schaefer C., Kross E., Duckworth A., Carlson S. (2017) “ The Batman Effect. Improving perseverance in young children”, *Child Development*, 88, n° 5.



**Stéphanie MOREL**

[stephaniemorel@lesociallab.fr](mailto:stephaniemorel@lesociallab.fr)

**Sarah GUBITTA**

[sarahgubitta@lesociallab.fr](mailto:sarahgubitta@lesociallab.fr)

**Camille TCHOUNIKINE**

[camilletchounikine@lesociallab.fr](mailto:camilletchounikine@lesociallab.fr)

**Plus d'informations sur Le SocialLab :**

<https://www.lesociallab.fr>



**En partenariat avec KPAM - Contact : Anne GEIG, co-fondatrice du cabinet**  
[anne.geig@kpam.fr](mailto:anne.geig@kpam.fr)