



## Genre et entrepreneuriat : les stéréotypes de genre influencent-ils les intentions entrepreneuriales des étudiants en école de commerce ? Le point de vue de la psychologie sociale

Sylvain Max <sup>a</sup>, Valérie Ballereau <sup>b</sup>,

<sup>a</sup> Enseignant chercheur à l'ESC Dijon Bourgogne\*

<sup>b</sup> Responsable Département Management des Organisations et Entrepreneuriat à l'ESC Dijon Bourgogne

\* auteur à qui envoyer la correspondance, corresponding author

---

### Abstract

*Entrepreneurship is stereotypically associated with male characteristics (Gupta, Turban, Wasti, and Sikdar 2009). The negative stereotype stating that "Men are better entrepreneurs than women" is commonly shared and has detrimental effects on women's entrepreneurial intention (Gupta and Bhawe 2007). Moreover women are under-represented in entrepreneurship and media. The present study first intends to analyse whether gender stereotypes in entrepreneurship on the one hand could inhibit women's entrepreneurial intentions (stereotype threat; Steele and Aronson 1995) and on the other hand favor those of men (stereotype lift; Walton and Cohen 2003). Then, the impact of role models (that is, a counter-stereotypical model) in reducing detrimental effects of negative stereotypes on their target was examined.*

---

### I - Introduction

"Les femmes sont de moins bons entrepreneurs que les hommes". Voilà une croyance communément partagée aussi bien dans le monde de l'entreprise que dans la société dans son ensemble. Gupta, Turban, Wasti et Sikdar (2009) ont par exemple montré, et ce dans trois pays (États-Unis, Inde et Turquie), que l'entrepreneur était principalement associé à des caractéristiques stéréotypiquement masculines. De plus, dans les faits, les statistiques viennent renforcer ces croyances (ce qui ne présume en rien de leur véracité). En effet, dans les pays développés les femmes ne représentent qu'un tiers des entrepreneurs (GEM 2007; Allen, Elam, Langowitz, & Dean, 2008), 19% seulement des entrepreneurs-dirigeants en France (APCE, 2006). Cet état de fait pose un problème social majeur : de par leur appartenance à un groupe social donné (i.e., les femmes) une partie de la population d'un pays n'atteint pas son potentiel. En conséquence depuis plusieurs années, les institutions économiques tant européennes que françaises mettent en œuvre des actions permettant de promouvoir l'entrepreneuriat des femmes (au même titre que pour les minorités ethniques ou les personnes handicapées). Les chercheurs, notamment en psychologie sociale expérimentale, qui se sont intéressés à la question de la sous-représentation de certaines catégories dans certaines positions sociales ont mis en évidence l'influence délétère des croyances stéréotypiques pour expliquer ce phénomène.

Steele et Aronson (1995) ont développé un champ d'étude : la théorie de la menace du stéréotype (voir aussi Steele, 1997). Selon cette théorie, l'existence d'un stéréotype négatif fait courir le risque aux porteurs du stéréotype d'une pression supplémentaire en situation évaluative, à savoir "la crainte d'être jugé ou de confirmer le stéréotype négatif de son groupe d'appartenance" (Steele & Aronson, 1995, p. 797), contrairement aux individus qui ne sont pas la cible d'un stéréotype négatif. L'activation en situation d'un stéréotype négatif entraîne donc une baisse de la performance des individus porteurs de ce stéréotype via une réduction situationnelle de leur mémoire de travail (Schmader, Johns, & Forbes, 2008). Par exemple, Steele et Aronson (1995) ont montré que dans une situation diagnostique d'aptitudes intellectuelles (i.e., un test d'intelligence verbale), c'est-à-dire une situation dans laquelle un stéréotype négatif leur est applicable, des étudiants afro-américains réussissaient moins bien un test verbal que leurs homologues à qui le même test avait été présenté comme un simple exercice de laboratoire. Ces variations de consigne ne faisaient pas fluctuer la performance des participants américains