

Regards croisés sur la perception de la légitimité des entrepreneurs hommes et femmes

Crossed views on the perception of the legitimacy of male and female entrepreneurs

NDOUR Farba
Enseignant chercheur
Montpellier Business School
MBS – France
Chaire BEST

Date de soumission : 11/04/2026

Date d'acceptation : 04/06/2026

Pour citer cet article :

NDOUR, F. (2026) « Regards croisés sur la perception de la légitimité des entrepreneurs hommes et femmes », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 7 : Numéro 6 » pp : 436- 450.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



Résumé

On attribue des qualités exceptionnelles aux entrepreneurs surtout ceux qui arrivent à pérenniser leurs activités économiques. Des enquêtes empiriques et théoriques mettent pourtant en exergue des doutes et un manque de légitimité significatifs des entrepreneurs et non uniquement en début de l'activité économique. Cerner les sources de légitimité avec précision peut faciliter sa quête encore malmenée par des stéréotypes. Cette étude se focalise sur une double approche de la légitimité provenant des entrepreneurs et des structures d'accompagnement. L'objectif de ces regards croisés est de mieux armer le porteur de projet dans sa quête de légitimité mais également d'optimiser leur relation de conseil.

Mots clés : Légitimité entrepreneuriale ; Accompagnement entrepreneurial ; Doute entrepreneurial ; Sources de légitimité ; Manque de légitimité.

Abstract

Exceptional qualities are attributed to entrepreneurs, especially those who manage to sustain their economic activities. However, empirical and theoretical studies highlight significant doubts and lack of legitimacy on the part of entrepreneurs, and not only at the beginning of economic activity. Identifying the sources of legitimacy with precision can facilitate his quest, which is still being battered by stereotypes. This study focuses on a dual approach to legitimacy coming from entrepreneurs and the support structures. The objective of these shared perspectives is to better arm the project leader in his quest for legitimacy but also to optimize their advisory relationship.

Keywords : Entrepreneurial legitimacy; Entrepreneurial support; Entrepreneurial doubt; Sources of legitimacy; Lack of legitimacy.

Introduction

Le porteur de projet qui démarre une activité économique n'est pas toujours conscient des contraintes inhérentes à la vie de l'entrepreneur. Se lancer sur le marché requiert de nombreuses obligations telles que la prospection, la commercialisation du bien et/ ou service, la gestion des fournisseurs, des litiges... Malgré toutes ces contraintes, de nombreuses personnes continuent à faire face aux défis de l'initiative privée. Cette capacité de résistance face aux difficultés ~~résilience~~ alimente les clichés sur les qualités exceptionnelles que doit avoir un entrepreneur. Les entrepreneurs disposeraient de qualités exceptionnelles et des ressources matérielles et financières significatives. Ils seraient enclins à prendre des risques là où la grande majorité de la population ne le ferait pas (France Stratégie, 2020).

Ces qualités exceptionnelles supposées masquent pourtant de nombreux doutes et des questionnements au sein des entrepreneurs, notamment sur leur propre légitimité.

Cette légitimité des entrepreneurs suscite d'ailleurs de plus en plus l'intérêt des chercheurs. L'Université d'Aix-Marseille en France a même dédié à la légitimité entrepreneuriale une Chaire de recherche. Il est fort probable que la tendance s'accroisse car la légitimité semble être un concept évolutif. Selon DEEPHOUSE et al (2017), la légitimité a beaucoup changé au fil du temps de même que ses critères d'évaluation ainsi que ses sources d'acquisition. Par conséquent, les organisations seraient amenées à tenir compte de ces changements pour pouvoir bénéficier de ses effets positifs. FISHER et al (2017) précisent que ces critères peuvent également varier en fonction du public ciblé.

Qu'entend-t-on par légitimité ?

Etymologiquement, le mot légitimité se réfère à ce qui est fixé et conforme aux lois¹, « à un principe supérieur qui dans une société et à un moment donné est considéré comme juste. »².

Constatant que même ceux qui définissent la légitimité le font à des divers degrés de spécificité, SCHUMAN (1995) propose une définition qu'il qualifie d'inclusive et à grande échelle comme suit : « La légitimité est une perception ou une supposition généralisée selon laquelle les actions d'une entité sont souhaitables, adéquates ou appropriées au regard d'un système socialement construit de normes, de valeurs, de croyances et de définitions »³.

¹ BELLINA S. (2014), « Légitimité » dans Dictionnaire d'administration publique

² BRAUDO S. – Définition de Légitimité – Dictionnaire du droit privé

³ SUCHMAN M. C. (1995), Managing Legitimacy : Strategic and Institutional Approches - Academy of Management Review, page 574

La notion de légitimité n'épargne aucun domaine et est utilisée à profusion en politique, en gouvernance, dans le domaine social, professionnel (BOUQUET, 2014), etc. Dans cet article, nous allons nous focaliser sur le domaine de l'entrepreneuriat pour mieux cerner sa perception au sein des entrepreneurs.

L'objectif de cet article est de chercher un éventuel lien entre la perception de légitimité et la pérennité des activités économiques surtout celles des femmes entrepreneures. Cette étude repose sur une analyse qui combine l'économie, la sociologie avec notamment des travaux issus des universitaires, institutionnels et des professionnels basés sur des analyses empiriques et théoriques.

La question de recherche est alors la suivante : dans quelle mesure la perception de la légitimité de l'entrepreneur influe-t-elle sur la pérennisation des activités économiques, celles des femmes notamment ? Comment l'entrepreneur et la structure d'accompagnement perçoivent les leviers pour acquérir ou entretenir ce sentiment de légitimité ?

Pour cerner ces sources de légitimité et leur impact sur la pérennisation des entrepreneurs, nous nous appuierons sur deux enquêtes auprès des entrepreneurs et de dirigeants et chargés d'accompagnement de Coopératives d'activités et d'emplois (CAE⁴). L'originalité de ce travail repose sur l'ambition de déceler à travers ces regards croisés des points de convergences et/ou divergences suffisamment significatifs pour en tirer des orientations utiles.

1. Revue de littérature

1.1. L'impact de la légitimité de l'entrepreneur sur l'activité économique

La légitimité engendre l'adhésion, l'obéissance, le soutien et de mobilisation des parties prenantes internes et externes. En influant sur l'investissement personnel, elle peut être une véritable source de performance pour l'entrepreneur (GRAZIANI, 2015), un atout pour l'attractivité de l'entreprise et une réelle valeur ajoutée dans la création d'entreprise (CULLIERE, 2018). La légitimité aide à expliquer la capacité de se différencier ou de se conformer face aux pressions de l'environnement (CASTELANO, 2022). Elle est non seulement essentielle pour la construction de la pérennité des activités entrepreneuriales mais leur permet aussi de cheminer vers leur quête de sens (GRAZIANI, 2015).

⁴ La d'activités d'emplois (CAE) est un regroupement d'entrepreneurs qui bénéficient : d'une autonomie dans l'exercice de leurs activités économiques, d'un réseau, de l'accompagnement d'une équipe d'appui dans la gestion comptable, le coaching, d'un SIRET partagé.

La légitimité de l'entrepreneur repose sur un environnement de confiance autour des parties prenantes de l'entreprise et de ses produits. Elle peut constituer un facteur clé de succès et de performance. Elle peut rassurer les clients et les investisseurs mais également accroître les gains de l'entreprise (CULLIERE, 2018). L'entrepreneur est obligé de se sentir légitime pour assoir sa place dans une société dans laquelle le cloisonnement des acteurs en fonction de leur secteur est la norme (BLISSON, 2022).

1.2. Les femmes entrepreneures souffrent davantage du manque de légitimité

Les raisons du lancement d'un projet entrepreneurial sont différentes quand il s'agit de femmes. Elles créent leurs activités la plupart du temps pour devenir indépendantes tout en assurant l'harmonie entre vie professionnelle et vie personnelle avec souvent la garde des enfants (MAIRE, 2023). Par manque de confiance, les futures entrepreneures sous-estiment leur projet et se retrouvent habituellement dans des secteurs particulièrement féminisés (BOULATE, 2023). A cause des préjugés, les secteurs jugés « féminins » tels les services à la personne sont considérés comme une extension des travaux domestiques. Cela alimente ainsi leur dévalorisation au niveau économique et par ricochet maintient ces inégalités de revenus liées au genre (CHASSERIO et al, 2016).

Les femmes, elles-mêmes, se considèrent moins compétentes que les hommes. 42,3% d'entre elles se sentent capables de démarrer une nouvelle entreprise contre 54,9% des hommes. 53,1% estiment avoir peur de l'échec (contre 46,3% des hommes) (MESSEGHEM et al, 2022). Elles utilisent davantage leurs ressources personnelles au détriment d'autres sources de financement externes (LEBEGUE, 2020). Les fonds, qui leur sont alloués, sont inférieurs de 33% à ceux des hommes. En outre, une femme entrepreneure a 20% de risque en plus de voir sa demande de financement rejetée (LOUIE, 2024). Alors qu'elles composent 48% de la population active, les femmes représentent uniquement 30% des chefs d'entreprises et uniquement 5% des levées de fonds. Elles subissent la domination des hommes dans les domaines du numérique et de la technologie (ESCANDON, 2020). A cause de certaines pratiques discriminatoires ou/processus sociaux, les femmes subissent le déficit d'éducation ou d'expérience dans le monde des affaires (CHASSERIO et al, 2016).

Les nombreux facteurs précités influent directement sur l'image publique de la femme et la confiance des investisseurs. Cette perception de compétence inférieure impacte sur ce questionnement permanent des femmes sur leur propre légitimité (LOUIE, 2024). Encore aujourd'hui les deux principales craintes des femmes entrepreneures demeurent le syndrome de l'imposteur et le déficit de légitimité (UGHETTO, 2023).

2. Méthodologie

2.1. Enquête auprès des entrepreneurs

L'enquête quantitative ambitionnait de cibler au moins une centaine d'entrepreneurs dans la région d'Occitanie en France. 100 entrepreneurs représentent la fourchette haute du nombre d'entrepreneurs hébergés au sein de chaque CAE. Les $\frac{3}{4}$ des 112 entrepreneurs de l'échantillon sont encore ou sont passés dans l'une des plus grandes CAE d'Occitanie et de France. Environ 25% des entrepreneurs de l'échantillon appartiennent à d'autres CAE d'Occitanie.

Les données ont été recueillies sur Google forms avec des questions ouvertes et fermées mais aussi par le biais du questionnaire.



2.2. Enquête auprès des structures d'accueil

Enquête auprès de 16 accompagnateurs évoluant dans 13 structures d'accompagnement en Occitanie. Les 13 structures ont été toutes représentées par le dirigeant qui est en même temps accompagnateur depuis de très nombreuses années (pour certains depuis la création de la structure).

13 structures accompagnatrices d'entre elles ont répondu au questionnaire soit au moins $\frac{3}{4}$ des CAE qui dépendent de l'Union régionale des SCOP d'Occitanie. 3 accompagnateurs ont été sollicités dans la structure dans laquelle le plus grand nombre d'entrepreneurs a participé à l'enquête.

Les données ont été recueillies exclusivement sur questionnaire complétés par quelques entretiens téléphoniques.

3. Résultats des enquêtes

3.1. La perception des entrepreneurs de leur propre légitimité

3.1.1. Les entrepreneurs ne se sentent pas légitimes au début de leur activité

92% des entrepreneurs interrogés se sentent légitimes au moment de l'enquête. Toutefois, au début de l'activité, une très grande majorité d'entre eux ne se sentaient pas légitimes. Seuls 28% des hommes ont commencé l'entrepreneuriat avec le sentiment de légitimité (contre 15% chez les femmes).

3.1.2. Le sentiment d'illégitimité s'estompe avec l'expérience

7% des femmes et 5% des hommes du panel ne se sentent toujours pas légitimes. A part deux exceptions, un homme et une femme de plus de 46 ans avec respectivement 16 et 8 ans d'expérience, ceux qui ne se sentent pas encore légitimes ont maximum deux ans d'exercice. Dans les entrepreneurs qui ne se sentent toujours pas légitimes, 50% ont 46 ans et plus, 37% entre 31 et 45 ans. Ce qui semble déterminant dans la quête de légitimité c'est l'expérience quel que soit l'âge.

3.1.3. Les femmes mettent autant de temps que les hommes pour acquérir ce sentiment de légitimité

Notre étude met en lumière une réalité qui peut sembler à contrecourant. En effet, il n'existe pas de différence entre les genres en matière d'acquisition de la légitimité si les conditions d'accompagnement sont similaires. Dans notre échantillon, nous notons que les femmes comme les hommes ont eu besoin de 2 ans et 2 mois pour se sentir légitimes.

3.1.4. Pour les entrepreneurs, les clients représentent la première source de légitimité

Les retours positifs des clients sont de loin la première source de légitimité d'un entrepreneur (avec 23%). La fidélisation des clients et l'accueil favorable des prospects ont également eu un impact positif sur la légitimité d'une partie significative d'entre eux.

En dehors de la clientèle, les entrepreneurs ont listé par ordre d'importance :

- L'expérience : 12% des personnes interrogées pensent avoir acquis la légitimité grâce notamment à l'expérience.
- L'accompagnement de la structure d'accueil : 10% grâce à l'accompagnement du référent et des dispositifs tels que les labels
- L'expertise et le savoir-faire ont été l'élément le plus déterminant dans la légitimité de 9% d'entre eux.
- Le réseau a été plébiscité par 9% des entrepreneurs grâce à notamment les interactions qu'il permet avec les pairs. Le partage d'expérience a été considéré comme un élément qui aide à relativiser les échecs et à partager le doute.
- Le chiffre d'affaires et la rémunération : 9% ont estimé que le fait d'avoir obtenu un chiffre d'affaires régulier qui permet en plus d'obtenir une rémunération correcte a été la principale source de légitimité.

- Le diplôme/formation : les diplômes obtenus avant le démarrage du projet et les formations suivies sont considérés comme le pilier de la légitimité de 7% des entrepreneurs interrogés.
- Les soft skills tels que le savoir-être, la détermination, la confiance en soi etc. sont des qualités qui ont aidé 7% d'entrepreneurs à gagner en légitimité.
- La confiance des partenaires émanant des fournisseurs et autres parties prenantes jouent un rôle très important dans la légitimité pour 5% d'entrepreneurs.
- La pérennité de l'activité et le changement de statut : le fait de franchir les étapes souvent difficiles pour la survie de l'entreprise (3 et 5 ans) et de pérenniser l'activité ont été également cités comme ayant un impact déterminant pour 5% des entrepreneurs. C'est le cas du changement de statut en CAE (passage entre le Test et la signature du contrat entrepreneur salarié) qui constitue un élément déterminant dans la posture entrepreneuriale.

3.2. Qu'en pensent les structures d'accueil des entrepreneurs

3.2.1. Ce qui entrave la légitimité des entrepreneurs selon les accompagnateurs

Pour 29% des accompagnateurs, les entrepreneurs qui ne se sentent pas légitimes souffrent surtout du déficit d'expérience. C'est la raison pour laquelle, les porteurs de projets qui arrivent du salariat et qui n'ont jamais été entrepreneurs, proposent des prix généralement inférieurs à ceux du marché.

26% de ces accompagnateurs pensent que le doute et le manque de confiance empêchent les entrepreneurs de se sentir légitimes. Ce doute se manifesterait par la peur du jugement et la crainte de ne pas être à la hauteur.

En dehors de ces deux facteurs, le manque de diplômes (15%) et de formation (15%) occupent la troisième place devant le déficit de références (7%) et le défaut d'accompagnement (7%). Dans une moindre mesure, d'autres éléments ont été cités : manque de compétences, intimidé par les clients, pause avec une reprise difficile à assumer, manque de moyens, manque de figures inspirantes, trop empathique avec les clients, l'incapacité de définir le bon prix.

3.2.2. Ce que proposent les structures d'accompagnement pour améliorer la légitimité

Pour les structures d'accompagnement, trois leviers permettent d'acquérir et de renforcer la légitimité de l'entrepreneur.

- *Les qualités personnelles ou soft skills*

Pour devenir légitime, les chargés d'accompagnement estiment qu'à 41% que certaines qualités humaines sont essentielles. Ils considèrent que l'entrepreneur doit travailler sur la confiance en soi et ne doit surtout pas douter de ses talents. Il doit oser expérimenter et valoriser ses expériences.

- *L'accompagnement*

Le deuxième pilier est le coaching et l'accompagnement d'une structure ou d'un professionnel. Ils sont 29% d'accompagnateurs à penser que leur impact sur la confiance des entrepreneurs, la formation qu'ils dispensent sur les outils de pilotage, le coaching sont essentiels pour la légitimité des porteurs de projet.

- *Le réseau*

Le réseau paraît aussi pertinent que l'accompagnement (29%) pour les structures d'accueil car cela permet de s'appuyer sur des pairs, de bénéficier du tutorat, de relativiser les mauvaises expériences et de ne pas subir les fléaux de la solitude.

4. Analyse des résultats

4.1. Convergences sur la légitimité entre entrepreneurs et accompagnateurs

A 92%, les entrepreneurs se sentent légitimes. En revanche, seuls 25% des accompagnateurs trouvent plus de 75% des entrepreneurs se sentent légitimes. 31% pensent que le pourcentage d'entrepreneurs légitimes se situent plutôt entre 26 et 50%. 43% des structures accompagnatrices estiment entre 51 et 75% les entrepreneurs légitimes.

A priori, une divergence pourrait être notée entre entrepreneurs et accompagnateurs mais c'est plutôt un point de convergence. Les entrepreneurs se sentent légitimes à après 2 ans 2 mois. Au début de l'activité, l'accompagnement par des structures est très poussé avec des rendez-vous réguliers, la validation des devis de l'entrepreneur par l'accompagnateur, la formation sur les outils de gestion etc. Par la suite, les rendez-vous sont beaucoup plus espacés. La structure a l'obligation de recevoir l'entrepreneur au moins deux fois par année. Elle lui donne la délégation de signature qui permet à l'entrepreneur d'être autonome et de moins solliciter l'accompagnateur.

Pendant les deux premières années, l'accompagnateur voit un entrepreneur qui ne se sent pas vraiment légitime, ce que confirment les enquêtes auprès des entrepreneurs et structures d'accueil.

L'accompagnement : source de légitimité identifiée par entrepreneurs et accompagnateurs

L'accompagnement a été à la fois cité parmi les priorités aussi bien par les entrepreneurs que les accompagnateurs parmi les facteurs déterminants pour acquérir de la légitimité. Dans la

CAE où la grande majorité des interviewés sont hébergés, l'accompagnateur à 3 principales missions : le coaching, la cogestion de l'activité et l'intégration de l'entrepreneur dans le réseau. Cet accompagnement influe ainsi sur beaucoup de leviers évoqués sur la quête de la légitimité mais aussi de pérennité de l'activité économique. L'enquête auprès des entrepreneurs a mis d'ailleurs en évidence cette résilience des entrepreneurs hébergés en CAE comparés aux micro-entrepreneurs.

Mis en place en 2009, le statut d'auto entrepreneur (devenu micro-entrepreneur) concerne 6 entreprises sur 10 créées en 2022. Parmi les autoentreprises créées en 2014, seules, 22% ont atteint la barre des 5 ans (Observatoire de la création d'entreprise, 2023). 4 ans avant, pour les autoentrepreneurs immatriculés en 2010, le taux de pérennité à 5 ans était de 35% (Fondation MMA des entrepreneurs du futur, 2021). En comparaison avec les entreprises classiques en 2019, un peu plus de 60% des entreprises créées franchissaient la barre des 5 ans d'existence (Le Coin des entrepreneurs, 2024).

Nous constatons que pour l'ensemble des 112 réponses collectées auprès des entrepreneurs, 104 ont répondu sur la question concernant le début d'activité et en moyenne chacun dispose de 8 ans 3 mois d'existence dans l'entrepreneuriat. Ils franchissent ainsi largement les 3 ou 5 années souvent très compliquées pour la survie des entreprises.

Cet apport positif des structures accompagnatrices a été d'ailleurs mis en exergue par différentes analyses empiriques à travers la convivialité et la gestion surtout pendant les premières années ((KAMAHA NJIWA et VALANT GANDJA, 2019). En garantissant la crédibilité et la visibilité (CHABAUD et al, 2005), la démarche qualité (ABDENNADHER, 2021), les structures d'accompagnement influeraient positivement sur la légitimité des entrepreneurs. Même si certains auteurs relativisent leur apport au vu de l'allocation des ressources financières qui serait mauvaise et d'un manque d'efficacité entre autres (ALDEBERT et al, 2023), les entrepreneurs interrogés dans cette étude ainsi que les accompagnateurs s'accordent sur le rôle important de leur relation pour la pérennisation des activités économiques.

4.2. Divergences dans le poids accordé aux autres piliers de la légitimité

On note que les entrepreneurs placent dans les deux premières priorités le besoin de références clients et l'expérience au moment où les accompagnateurs considèrent les qualités personnelles comme la plus essentielle des sources de légitimité de l'entrepreneur. Les deux parties voient l'importance de la légitimité et son impact sur l'activité mais ne s'accordent pas totalement sur les facteurs prioritaires qui permettent de l'acquérir.

Cette divergence sur le poids des sources de motivation entre accompagnateurs et entrepreneurs s'expliquent probablement par l'expérience des premiers et les convictions des seconds.

L'accompagnateur semble penser que c'est l'entrepreneur qui crée les conditions à travers ce qu'il dégage. Sa posture influencerait sur le prospect ou le client. Les éléments abordés par les accompagnateurs (confiance en soi, ne pas douter de ses talents, valoriser ses compétences, l'audace...) sont essentiels pour acquérir le sentiment de légitimité.

« Le doute et l'erreur font partie intégrante de l'entrepreneuriat. »

« L'expérience montre que la valorisation de l'expérience et des compétences transverse à un impact positif et booste la confiance en soi. »

S'ils trouvent que les soft skills sont importants dans l'acquisition de la légitimité, les entrepreneurs les considèrent moins influents que l'expérience, le réseau, la formation et surtout les clients. Ils semblent avoir besoin des retours clients pour confirmer leurs expertises et talents qui ont été à la base de leur projet entrepreneurial. Ces retours clients permettraient de faire les ajustements nécessaires pour vendre les biens et services.

« Les retours positifs des clients et ma capacité à trouver de nouveaux clients m'ont aidé à me sentir légitime. »

« L'accueil favorable qui m'a été réservé par mes nouveaux clients et les prospects m'a aidé à sentir légitime. »

5. Discussions

Globalement, ces différences d'appréciation peuvent être une opportunité pour optimiser la relation entrepreneur-accompagnateur. Pour cela, il est nécessaire de confronter les analyses des entrepreneurs et celles des accompagnateurs sur les sources de légitimité pour définir un plan d'actions personnalisé et un meilleur suivi. Accompagner un entrepreneur nécessite une relation de confiance afin d'endiguer les freins à une collaboration fluide. Pour une meilleure collaboration entre entrepreneurs et structures d'accueil, La mise en place d'outils d'autoévaluation peut être très intéressante dès l'entrée du porteur de projet dans la coopérative. Dans la CAE, l'entrepreneur est, en effet, en phase de test à son arrivée. Masquer ses fragilités pour paraître prêt aux yeux de la structure d'accueil peut être un réflexe pour certains. D'autres peuvent éviter de faire état de besoins spécifiques par peur du jugement. Mieux positionner l'entrepreneur au cœur de son propre accompagnement permettrait ainsi de trouver plus facilement les raisons de sa non légitimité et surtout d'endiguer les freins pour qu'il s'assume pleinement en tant qu'entrepreneur. Dans la presque totalité des CAE, il y a un programme collectif de formation proposé dès l'entrée dans la coopérative. Cela permet à l'entrepreneur de

connaître l'organisation de la SCOP, les moyens mis à sa disposition dont les outils de pilotage. Proposer une formation personnalisée suite à l'autoévaluation de l'entrepreneur mobiliserait assurément plus de ressources pour la coopérative à très court terme. En revanche, cette formation personnalisée aiderait à tenir compte des besoins spécifiques de l'entrepreneur, à l'aider dans sa montée en compétence et à lui permettre de gagner en autonomie rapidement ce qui va permettre à la coopérative de réduire les coûts d'accompagnement. Cela pourrait l'aider à trouver ses propres leviers pour se sentir le plus rapidement légitime en tant qu'entrepreneur.

Conclusion

Ce travail montre que dans les mêmes conditions d'exercice, les femmes se sentent aussi légitimes que les hommes. Endiguer les causes historiques, sociétaux, les clichés et stéréotypes permet ainsi de minimiser ce manque de légitimité des femmes en début de parcours.

Cette étude nous permet de constater que le manque de légitimité de l'entrepreneur n'est pas une fatalité. C'est possible et indispensable de l'acquérir pour avoir une posture entrepreneuriale adéquate, pour l'amélioration de l'activité économique ~~et la résilience~~ de l'entrepreneur. En fait, la légitimité n'enlève pas le doute. Elle l'atténue et permet de le relativiser. Tout seul l'entrepreneur peut devenir légitime. A l'évidence, le soutien d'une structure accompagnatrice peut faciliter cette quête de légitimité.

BIBLIOGRAPHIE

1. Articles de revue

- ABDENNADHER S. (2021), « *L'accompagnement vers la qualité : une source d'inspiration pour les entrepreneurs en phase de pré-crédation* », Economies et Institutions, 29/2021 Varia
- ALDEBERT B., RICARD A. & J-B. JAUSSAUD J.-B. (2023), « *Et si la légitimité était la clé pour que l'entrepreneuriat retrouve du sens* », Tribunes par MADYNESS, 20 janvier
- ARLOTTO J., J-M SAHUT et F. TEULON (2012), « *Comment les entrepreneurs perçoivent l'efficacité des structures d'accompagnement ?* » Management & Prospective
- BELLINA S. (2014), « *Légitimité* » dans Dictionnaire d'administration publique
- BLISSON Y. (2022), « *Quelle légitimité pour les entrepreneurs* », mprovence.com, 11 juillet
- BPI (2018), « *Volonté : l'envie d'entreprendre atteint un niveau historique* »
- BOUQUET B. (2014), « *La complexité de la légitimité* », Vie sociale, N°8
- BOULATE C. (2023), « *Femme et entrepreneure, les freins sont-ils encore si prégnants* », Tous entrepreneurs, 8 mars
- CHABAUD D., EHLINGER S. et PERRET V. (2005), « *Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas de l'incubateur* », conférence de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris
- CHASSERIO S., PAILOT P. et POROLI C. (2016), « *La construction de la légitimité des femmes entrepreneures : une approche transactionnelle* », Management international, Vol 20, numéro 4, p. 45-58
- CASTELANO S. (2022), « *Origine et développement historique de la légitimité* », Revue interdisciplinaire droit et organisations, pp.8-30
- CULLIERE O. (2018), « *Créateurs d'entreprise, travaillez votre légitimité* », Les Echos, 3 juillet
- ESCANDON E. (2020), « *Femmes et entrepreneuriat* », Etude du conseil économique et social – Journal officiel de la république française, mandature 2015-2020
- Fisher, G., Kuratko, D. F., Bloodgood, J. M., & Hornsby, J. S. (2017). Legitimate to whom? The challenge of audience diversity and new venture legitimacy. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 52–71.
- France Stratégie (2020), « *Crédation d'entreprise : de la volonté au passage à l'acte* », La note d'analyse, avril 2020, N°87
- Fondation MMA des Entrepreneurs du Futur (2021), « *Le taux de pérennité à 5 ans des autoentrepreneurs de 2014 est de 22%* », LETOWSKI A., Etude, 5 octobre

- GRAZIANI M. (2015), « *Légitimité du dirigeant et performances de l'entreprise* », Centre de Ressources en Economie et Gestion, publié le 4 février
- INSEE (2022), « *Quatre entrepreneurs sur dix étaient salariés avant la création de leur entreprise* », BAILLOT A. et JULIACHS S., N°1922 paru le 15/09/2022
- KAMAHA NJIWA M. et S. VALANT GANDJA (2019), « *Utilité de l'accompagnement entrepreneurial dans le cadre du microcrédit en France : une analyse du point de vue des bénéficiaires* », revue Entrepreneuriat, pages 81 à 105
- Le Coin des entrepreneurs (2024), « *Quel est le taux de survie des entreprises récemment créées ?* », CLERMONT T., 15 octobre
- LOUIE C. (2024), « *Levée de fonds : pourquoi les femmes entrepreneures peinent à convaincre les investisseurs* », rdd.fr, 25 septembre
- MAIRE C. (2023), « *Quels freins rencontrent les femmes qui souhaitent entreprendre ?* » Ouest France, 7 mars
- MERIDOL N. (2001), « *La légitimité de l'entrepreneur n'est ni une mode, ni un gadget* » - Lemeridional.com
- MESSEGHEM K., LASCH F., VALETTE J., CASANOVA S., COURRENT J.-M., NAKARA W., SAMMUT S., THURIK R., TORRES O. & BOUMEDJAOUD D. (2022), « *Situation de l'activité entrepreneuriale en France : Rapport 2020-2021 du Global Entrepreneurship Monitor* » Labex entreprendre Montpellier
- RICARD A. (2024), « *Processus de création et légitimité : un dialogue entre art, science et entrepreneuriat* », Myriagone conseil
- SUCHMAN M. C. (1995), *Managing Legitimacy : Strategic and Institutional Approches* - Academy of Management Review, 20, 571-611
- UGHETTO A. (2023), « *Les femmes doivent s'appuyer sur la sororité pour entreprendre* », Interview Les Echos Entrepreneurs, par A. GUETTIER, 21 mars

2. Ouvrages

- Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P., & Suchman, M. C. (2017). Organizational Legitimacy: Six Key Questions. In Thousand Oaks (Ed.), *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism* (2d edition).
- LEBEGUE T. & CHASSERIO S. & GRAY ANGER S.(2020). *Parcours de femmes entrepreneures en France*. Edition ems management & société

3. Thèses

GHODS A (2021), « *La légitimité entrepreneuriale, reconceptualisation, mesure et impact sur les EIRP : le cas de l'industrie des biotechnologies* », Thèse soutenue le 15 janvier 2021, AIX-MARSEILLE Université