

Outils de formation pour accroître les compétences du personnel des structures de formation et de soutien aux entrepreneuses sociales



Co-funded by
the European Union

RÉSUMÉ

Qu'est-ce que la méthodologie Fowose ?	4
A propos des outils de formation	6
CURRICULUM	9
OUVERTURE DE LA FORMATION : COMMENÇONS !	10
MODULE 1: Sensibiliser aux préjugés sexistes existants dans le secteur de l'entrepreneuriat en Europe	12
MODULE 2 : Outils et ressources de formation pour renforcer le leadership des femmes	19
MODULE 3 : Quelle posture dois-je adopter en tant que professionnel soutenant les entrepreneuses ?	22
Clôture de la formation !	24
MODULE 2 : Gérer des communautés de entrepreneuses	25
I. Créer une communauté d'entrepreneurs plus inclusive sur le plan du genre	26
1. Pourquoi est-il important d'encourager la participation des femmes au sein de votre communauté ?	26
2. Veiller à ce que votre communauté soit un espace sûr pour les femmes	27
3. Des leviers pour rendre votre communauté inclusive	28
4. Organiser des événements non mixtes si nécessaire.	29
II. Exemples d'événements sensibles au genre que vous pouvez organiser	30
MODULE 3 : attirer et sélectionner les entrepreneuses	40
I. Adopter une stratégie de communication attrayante et adaptée aux entrepreneuses.	41
1. Paramètres de communication pour s'assurer de ne pas renforcer l'écart entre les hommes et les femmes, mais plutôt de promouvoir la participation des femmes dans le secteur.	41
2. Kit de communication	42
II. Construisez votre pipe d'entrepreneurs tout au long de l'année	46
1. Partez à la pêche aux talents !	46
2. Mise en place de partenariats solides avec des structures d'appui	46
3. Organiser ou participer à des événements publics pour diffuser l'information	47
III. Concevoir un processus de sélection intégrant l'égalité entre les hommes et les femmes	47
1. Bonnes pratiques pour prendre en compte le genre dans le processus de sélection.	47
2. Concevoir des critères de sélection qui tiennent compte de la dimension de genre	48
3. Veiller à ce que les évaluateurs soient conscients de leurs préjugés sexistes.	49
IV. Prendre en compte les besoins des femmes dans vos programmes	49
1. Estimer les besoins des entrepreneuses	49
2. Intégrer les contraintes des femmes comme paramètres pour assurer leur participation	50

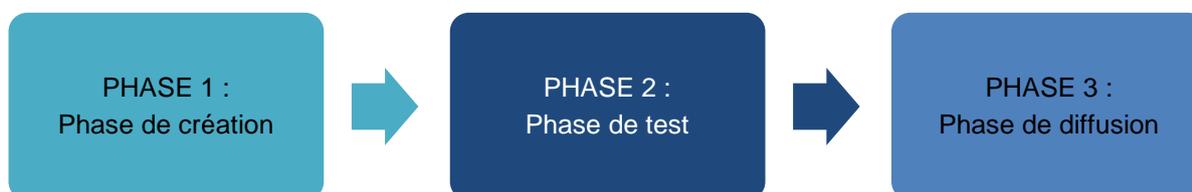
QU'EST-CE QUE LA MÉTHODOLOGIE FOWOSE ?

FoWoSE est l'acronyme de Fostering Women's Social Entrepreneurship through the gender mainstreaming of support structures (Favoriser l'entrepreneuriat social des femmes par l'intégration de la dimension de genre dans les structures de soutien). Il s'agit d'un projet mené par PULSE en collaboration avec Women on Top (Grèce), Empow'Her (France), Reach for Change (Bulgarie) et Synthesis (Chypre).

Son objectif est d'encourager **l'intégration du genre** au **niveau opérationnel** et au niveau des **programmes** pour les structures de soutien de l'écosystème entrepreneurial. Pour ce faire, le projet développera des contenus méthodologiques et de formation, comme celui-ci, qui répondent aux besoins des femmes et qui permettront aux organisations de soutien de mener des programmes et des initiatives adaptés aux besoins des **entrepreneuses**.

Le projet débutera en novembre 2021 et se poursuivra jusqu'en décembre 2023. Il sera organisé en trois phases différentes :

1. La "**phase de création**" vise à créer différents outils. Tout d'abord, une méthodologie permettant aux organisations d'intégrer les questions d'égalité entre les femmes et les hommes au niveau structurel - c'est-à-dire le manuel que vous êtes en train de lire. Ensuite, des outils de formation pour accroître les compétences du personnel des structures et leur permettre de mieux former et soutenir les entrepreneuses sociales. Enfin, un manuel de bonnes pratiques pour l'intégration du genre au niveau structurel et programmatique, conçu pour aider les structures de l'écosystème à être plus inclusives à l'égard des entrepreneuses sociales.
2. La "**phase de test**" qui permettra à chaque partenaire opérationnel de tester la méthodologie et les différents outils de formation destinés aux entrepreneuses sociales afin de donner un retour d'information et d'améliorer le matériel avant de le déployer plus largement ;
3. La "**phase de dissémination**" pour diffuser les outils de formation avec une approche open-source et pour sensibiliser les structures de soutien à l'écosystème.



Grâce à cet outil méthodologique, nous souhaitons donner à chaque structure de soutien aux entreprises les moyens d'entamer son parcours vers l'intégration de la dimension de genre

dans ses politiques, ses pratiques et ses opérations, et de soutenir ainsi un écosystème entrepreneurial de plus en plus équitable.

Nous attendons avec impatience vos impressions, commentaires et adaptations de ce matériel afin de le rendre encore plus efficace et inclusif pour tous.

Cette publication a reçu le soutien financier du programme Erasmus+ de l'Union européenne. Le contenu de cette publication relève de la seule responsabilité de l'auteur et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant le point de vue de l'Union européenne.

FoWoSE est financé par le programme Erasmus+ de l'Union européenne.



**Co-funded by
the European Union**

SUR LES OUTILS DE FORMATION

Les partenaires de Fowose ont créé une **boîte à outils destinée aux organisations de soutien à l'entrepreneuriat** qui proposent des programmes de formation, d'incubation et d'accélération pour les entrepreneurs, en particulier les entrepreneurs sociaux, mais qui doivent améliorer leur stratégie en matière de genre pour mieux répondre aux besoins des entrepreneuses et mener des programmes et activités de soutien inclusifs sur mesure. Il peut également s'adresser aux organisations qui n'offrent pas encore de programmes de soutien aux entrepreneurs, mais qui souhaitent contribuer à un secteur entrepreneurial plus inclusif.

Cette boîte à outils **vous donne accès à des contenus clés en main et à des outils pédagogiques pour vos équipes opérationnelles ainsi que pour des professionnels externes, tels que :**

- **Gestionnaires de programmes :** pour les aider à identifier les domaines clés d'amélioration de leurs programmes et s'assurer qu'ils ne sont pas aveugles au genre.
- **Les formateurs, les mentors et les accompagnateurs :** leur donner des outils et des ressources pour soutenir les entrepreneuses sociales, répondre à leurs besoins et déconstruire leurs propres préjugés et stéréotypes liés au genre.

Plus précisément, la boîte à outils vise à :

- **Sensibiliser aux inégalités entre les sexes** afin de mieux comprendre les problèmes rencontrés par les femmes dans le secteur de l'entrepreneuriat en Europe, grâce à l'expertise en matière de genre d'Empow'Her et de Women on Top.
- **Acquérir une posture d'agent de changement** pour impulser des actions stratégiques au sein de vos organisations et promouvoir les bonnes pratiques issues de ce projet.
- **Fournir des méthodes, des outils et des ressources** qui peuvent être adaptés et personnalisés pour inclure et soutenir les entrepreneuses dans tous les programmes des partenaires.

La boîte à outils est composée de 3 modules de formation. Cliquez sur les liens ci-dessous pour accéder au contenu complet :

[Module 1. Former les formateurs : intégrer la dimension de genre dans les programmes de soutien à l'entrepreneuriat](#) : A l'aide d'outils de formation et d'une méthodologie pratique, ce module vise à aider les gestionnaires de programmes et les formateurs internes/externes à déconstruire leurs propres préjugés sexistes et à intégrer l'approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le cadre de l'aide aux entrepreneuses.

[Module 2. Gérer des communautés d'entrepreneurs intégrant la dimension de genre](#) : Apprenez-en plus sur les aspects clés de la création d'une communauté et découvrez des

outils et des pratiques pratiques pour soutenir vos communautés d'entrepreneurs et impliquer les femmes.

Module 3. Attirer et sélectionner des entrepreneuses en utilisant une communication sensible au genre et en révisant les processus et critères de sélection de votre organisation : Ciblez davantage de candidates, grâce à une communication sensible au genre, des critères de sélection adaptés et un investissement à long terme dans le développement de votre vivier d'entrepreneurs.

MODULE 1 : formation des formateurs : mieux prendre en compte les

MODULE 1 : Formation des formateurs : mieux prendre en compte les besoins des femmes

Nous avons le plaisir de vous présenter le curriculum de formation, qui rassemble le cadre et les contenus pédagogiques développés par les équipes d'Empow'Her, sur la base de l'expérience technique des praticiens qui forment les entrepreneuses.

Ce curriculum s'adresse directement à vous, gestionnaires de programmes, pour vous aider à faciliter la mise en œuvre d'une session de formation sur le genre et le leadership en interne avec vos prestataires de services et formateurs afin de transmettre des conseils clairs et applicables pour toutes les femmes souhaitant développer ou renforcer une entreprise durable.

En quoi consiste cette "formation des formateurs" ?

L'objectif de la formation des formateurs est de renforcer les compétences de vos équipes pour intégrer les besoins des entrepreneuses dans vos programmes de soutien à l'entrepreneuriat. En tant que structure d'appui, votre rôle est de véhiculer en interne, et auprès de votre écosystème, des valeurs plus inclusives en matière de genre. Pour ce faire, vous devez former vos prestataires et votre personnel à transmettre ces valeurs dans leur accompagnement quotidien.

Principaux objectifs de ce cours de 2 heures :

- Sensibiliser aux préjugés sexistes existants en ciblant les mentors, les coachs et les experts ;
- Identifier la bonne attitude à adopter en tant que coach / formateur / mentor ;
- Fournir des outils pour renforcer le leadership des entrepreneuses.

Outils clés inclus dans le contenu de la formation :

- Activité d'identification de nos propres préjugés sexistes et de la manière dont ils affectent notre rôle de formateur ;
- Activité de déconstruction des préjugés sexistes que les femmes s'infligent à elles-mêmes (outils pour renforcer le leadership des femmes) ;
- Ressources sur la posture du formateur ;
- Des outils pour renforcer le leadership des femmes.

Cette formation vous permettra de soutenir la reconnaissance du rôle crucial que jouent les entrepreneuses dans le secteur au sein de votre écosystème - et ainsi favoriser le développement nécessaire dont elles ont besoin pour devenir des entrepreneuses prospères.

Ce synopsis est lié à une présentation Powerpoint [+ Soutien à la formation des formateurs](#)

Votre rôle en tant que gestionnaire de projet/programme ?

En tant que responsable de programme, votre rôle est d'animer cette session de cours de 2 heures auprès d'autres professionnels internes et externes en tant que formateurs, coachs, mentors ou experts, afin de renforcer les compétences de votre équipe en matière d'intégration de la dimension de genre.

Veillez-vous approprier ce contenu et ses outils autant que vous le pouvez et que vous le souhaitez !

-
- **Nombre de participants suggéré** : 15 personnes.
 - **Durée totale de la formation** : 2 heures, y compris les temps d'ouverture, de clôture et de pause.

CURRICULUM

Cours : Formation des formateurs : mieux prendre en compte les besoins des femmes

Séquences	L'heure	Thèmes	Méthodes et outils
Ouverture	10'	- Apprendre à se connaître et à se faire confiance. - Présentation du cours et des conditions de la formation.	- Temps commun : un brise-glace rapide et une table ronde dynamique !
I. Sensibiliser aux préjugés sexistes existant dans le secteur de l'entrepreneuriat en Europe.	60'	Faits marquants sur les préjugés sexistes à l'égard des femmes chefs d'entreprise - Quels sont les obstacles potentiels qui empêchent les entrepreneuses de réaliser leur plein potentiel ? Chiffres clés européens sur les inégalités entre les hommes et les femmes dans le secteur de l'entrepreneuriat. - Qu'est-ce qu'un stéréotype de genre ? Comment les stéréotypes de genre sont-ils construits ? Apprendre à identifier et à déconstruire les stéréotypes de genre.	- Débat actif pour tester les connaissances individuelles et collectives et sensibiliser aux préjugés sexistes dont sont victimes les femmes chefs d'entreprise en Europe. - Jeu de rôle pour identifier et déconstruire les stéréotypes de genre en jeu dans leurs cohortes d'entrepreneurs. - Temps commun pour synthétiser les principaux résultats. - Théorie basée sur des expériences et des études.
PAUSE	5'		
II. Outils et ressources de formation pour renforcer le leadership des femmes.	30'	Aider les entrepreneuses à développer et à renforcer leur propre leadership - Qu'est-ce qu'une croyance limitante ? Quelles sont les sources des croyances limitantes ? - Transformer les croyances limitantes pour renforcer la confiance en soi. - Des outils pour aider les formateurs à développer et à améliorer les styles de leadership chez les entrepreneurs.	- Atelier en sous-groupes pour identifier les origines des croyances auto-limitantes des femmes dans vos programmes de soutien. - Atelier en sous-groupes pour définir et renforcer le leadership. - Temps commun pour synthétiser les résultats clés. - Théorie basée sur les expériences et les études.

III. Quelle attitude dois-je adopter en tant que professionnel soutenant les entrepreneuses ?

Clôture

20'

La posture idéale d'un professionnel de l'accompagnement des entrepreneuses

. Adopter une approche de "consultant en processus" : des outils clés pour développer l'écoute active et l'accompagnement humble, en travaillant aux côtés des femmes pour co-déterminer des solutions à leurs besoins.

- **Atelier en duo** pour tester l'écoute active. - **Temps commun** pour synthétiser les résultats clés. - **Théorie**.

10'

Récapitulation des principaux enseignements et vérification que la formation a répondu aux attentes des participants.

- **Temps commun** : une table ronde dynamique de clôture !

OUVERTURE DE LA FORMATION : COMMENÇONS !

Accueil d'ouverture :

- Souhaitez la bienvenue à tous et présentez-vous en quelques mots.
- A propos du projet : Les acteurs de l'accompagnement peuvent jouer un rôle majeur pour permettre aux femmes d'avoir les mêmes opportunités et conditions d'entrepreneuriat que les hommes. L'objectif de cette formation est de renforcer vos compétences pour intégrer les besoins des entrepreneuses dans vos programmes de soutien à l'entrepreneuriat. En tant que formateur, vous devez être sensible aux inégalités de genre pour mieux comprendre les problèmes auxquels sont confrontées les entrepreneuses. Vous devez acquérir une posture d'agent de changement et proposer des activités et des outils adaptés aux contraintes spécifiques des femmes.
- A propos des règles de la formation : Avant de commencer, définissons ensemble les quelques règles qui garantiront l'environnement nécessaire à la formation : liberté d'expression, participation active et partage, absence de jugement, retour d'information constructif, confidentialité et téléphones portables éteints.





Objectifs :

- Apprendre à se connaître et à se faire confiance.
- . Présenter le déroulement et les conditions de la formation.

Lignes directrices :

- Dites : Commençons cette formation par un jeu amusant qui nous permettra de nous échauffer et de nous rencontrer !
- Divisez le groupe de 15 personnes en 5 sous-groupes de 3 personnes (à adapter en fonction de la taille de votre groupe).
- Demandez (10') : Chaque groupe dispose de 10 minutes pour trouver 10 choses qu'il a en commun, en excluant les facteurs liés à l'apparence physique et les éléments décourageants liés au travail. Ensuite, une personne de chaque groupe lira la liste à l'ensemble de la salle.

Informations complémentaires :

Cela permet aux groupes d'apprendre à se connaître, car ils révéleront inévitablement des choses sur eux-mêmes. Cela peut nécessiter une limite de temps, car une fois que tout le monde aura parlé, ils se trouveront certainement beaucoup de choses en commun ou seront intrigués de voir à quel point ils sont différents.

MODULE 1: Sensibiliser aux préjugés sexistes existants dans le secteur de l'entrepreneuriat en Europe

I. Quels sont les obstacles potentiels qui empêchent les entrepreneuses de réaliser leur plein potentiel ?



Objectifs :

- Vérification des connaissances sur les préjugés sexistes dans le secteur de l'entrepreneuriat.

. Sensibilisation aux préjugés sexistes pour les entrepreneuses en Europe.

Lignes directrices :

- Étape 1 :** A partir du [support Formation des formateurs](#) - diapositives x à x, vous choisissez une affirmation dans la liste et vous demandez à l'ensemble du groupe de se positionner dans la salle en fonction de leur réponse aux affirmations qui seront faites. Divisez la salle en deux par une ligne imaginaire. D'un côté, la partie de la salle correspond à un "oui", de l'autre, à un "non". Vous trouverez ci-dessous une liste d'affirmations sexuées entrepreneuriales, mais vous pouvez aussi créer les vôtres.

Étape 2 : Une fois que les participants se sont mis d'accord sur leur position, demandez-leur de l'argumenter. Pour ce faire, donnez la parole à une personne à la fois - en alternant d'un côté de la ligne à l'autre à tour de rôle. Un seul argument est présenté à la fois.

Étape 3 : Arrêtez la discussion lorsque le temps est écoulé ou que les arguments ont été épuisés. Après le débat, vous pouvez conclure et compléter avec les pistes de réponses proposées en fonction de l'affirmation choisie.
- Dites (30 secondes) :** Un côté de la salle correspond à "d'accord", l'autre à "pas d'accord". Vous avez 10 secondes pour vous positionner dans la pièce en fonction de l'affirmation suivante :

- **Affirmation n° 1** : Les bailleurs de fonds peuvent perpétuer les préjugés sexistes et auront tendance à financer davantage d'initiatives dirigées par des hommes ;
 - **Affirmation n°2** : Les entrepreneuses sont plus enclines à créer un impact durable lorsqu'elles créent une entreprise ;
 - **Affirmation n°3** : Des méthodes et des outils entrepreneuriaux spécifiques sont nécessaires pour accroître les compétences des femmes ;
 - **Affirmation n°4** : **Le manque de confiance en soi est le principal obstacle à la création d'entreprises par les femmes** : Le manque de confiance en soi est le premier obstacle au développement de l'entreprise pour les entrepreneuses ;
 - **Affirmation n° 5** : La plupart des femmes sont prêtes à participer à un programme réservé aux entrepreneuses ;
- Dites (10') : Un par un, vous pouvez dire une phrase pour défendre votre opinion sur le sujet.
- Terminer par les pistes de réponses (5').

Quelques points forts du secteur de l'entrepreneuriat social féminin en Europe :

- Bien que les femmes représentent 52 % de la population européenne totale, seulement 34 % des travailleurs indépendants de l'Union européenne et 30 % des créateurs d'entreprise sont des femmes.
- L'égalité des chances entre les femmes et les hommes permettrait de créer 160 000 milliards de dollars de richesse grâce à une meilleure utilisation des compétences humaines.
- En 2021, seulement 1 % des investissements en capital-risque ont été réalisés par des entrepreneuses.
- 76% des entrepreneuses placent les attitudes sociétales et l'influence des normes culturelles au cœur de leur stratégie d'entreprise.
- 63% des personnes interrogées ont identifié le manque de confiance en soi comme l'un des principaux obstacles au développement de l'activité entrepreneuriale des femmes.
- 87% des participants sont prêts à participer à un programme réservé aux femmes.

Affirmation n° 1 : → *piste de réponse* : Les femmes ont la capacité d'améliorer leur statut économique et d'apporter une contribution précieuse à la société, à condition de bénéficier de l'égalité des chances. Selon la Banque européenne d'investissement, l'égalité des chances entre les femmes et les hommes permettrait de créer 160 000 milliards de dollars de richesse grâce à une meilleure utilisation des compétences humaines. Les femmes sont particulièrement sous-représentées dans le capital-risque. Même lorsqu'elles créent une startup, les femmes ont du mal à obtenir des financements. Les entrepreneuses n'ont attiré qu'une infime partie - 1 % - des investissements en capital-risque en 2021. POURQUOI ? D'une part, parce que 92 % de ces sociétés de capital-risque sont représentées par des hommes, ce qui fait que le système économique et

financier est essentiellement dirigé par et pour les hommes. D'autre part, certaines études montrent que les hommes ont plus de relations sociales que les femmes, ce qui leur permet d'accéder à des opportunités commerciales, à des informations et à des contacts. CEPENDANT, bien qu'elles reçoivent moins de la moitié du capital d'investissement de leurs homologues masculins, les entreprises fondées par des femmes génèrent deux fois plus de revenus par dollar investi ! [Pour en savoir plus.](#)

Affirmation n° 2 : → Piste de réponse : Selon le 2020 BNB Paribas Global Entrepreneur Report, 76 % des entrepreneuses placent les attitudes sociétales et l'influence des normes culturelles au cœur de leur stratégie d'entreprise. Les femmes ne sont pas nécessairement les garantes du développement durable (car il devrait s'agir d'une préoccupation humaine), mais elles en sont généralement plus conscientes, et leurs entreprises sont principalement orientées vers l'éducation, le bien-être social et l'emploi, car elles sont également très représentées dans ces professions. Cette conscience écologique et sociale n'est pas innée. Elle est liée aux rôles sexués que notre société leur attribue (cf. les stéréotypes de genre dans cette formation). Par exemple, avec la crise COVID, nous avons vu que les femmes jouent un rôle majeur dans le secteur du "Care". Néanmoins, le nombre de entrepreneuses sociales reste faible (environ 30% comme dans l'entrepreneuriat classique) : c'est-à-dire que les femmes, lorsqu'elles se lancent dans l'entrepreneuriat, sont plus susceptibles de considérer l'impact qu'elles peuvent générer, mais peu d'entre elles concrétisent réellement leur idée/projet d'entreprise.

Affirmation n°3 : → Piste de réponse : On constate que souvent le soutien offert aux entrepreneurs n'est pas optimal pour les entrepreneuses parce que ces activités ne sont pas adaptées à leurs contraintes spécifiques. Les entrepreneuses seront parfois empêchées de participer à des programmes de développement d'entreprises pour toute une série de raisons que les structures de soutien n'anticipent pas toujours. Par exemple,

- Les femmes risquent de ne pas participer à un concours si elles sont en concurrence avec des hommes.
- Ils peuvent abandonner un programme de formation si l'emploi du temps les empêche de remplir leurs obligations familiales ou les oblige à parcourir de longues distances.
- La difficulté peut également venir des structures de soutien qui n'ont pas une bonne analyse des contraintes des entrepreneuses.

Affirmation n°4 : → Piste de réponse : Selon une enquête menée par Empow'Her en 2019 en Europe, auprès de 1000 entrepreneuses sociales, 63% des répondantes ont identifié le manque de confiance en soi comme l'un des obstacles les plus importants pour les femmes à développer leur activité entrepreneuriale. Comme nous l'avons vu dans les exercices précédents, les entrepreneuses peuvent fortement souffrir du manque de confiance en soi car il les empêche de se valoriser, d'aller de l'avant, de se projeter et de créer des changements positifs pour elles-mêmes.

Le manque de confiance en soi est enraciné dans une société patriarcale qui a tendance à constamment minimiser et remettre en question la voix des femmes, à les invisibiliser et à les rabaisser. Les femmes ont fini par accepter ce manque de légitimité et d'estime de soi, et nombre d'entre elles s'autocensurent, limitant ainsi leur pouvoir de penser et d'agir.

Affirmation n° 5 : → piste de réponse : *Les femmes demandent des formations spécifiques sur l'entrepreneuriat et des compétences non techniques pour gérer leur entreprise. Selon une étude menée par EH auprès de 1000 entrepreneuses sociales en 2019, 87% des participantes sont désireuses de participer à un programme réservé aux femmes. Un programme réservé aux femmes offre un espace privilégié d'écoute, de partage et de fraternité où les difficultés communes peuvent être abordées et où des leviers peuvent être trouvés pour les contrer. Par ailleurs, de plus en plus de donateurs sont attentifs à la dimension du genre et financent des activités et des programmes de formation destinés aux femmes. En même temps, il est important qu'il n'y ait pas seulement un soutien unisexe (reflétant la réalité du secteur) mais qu'un soutien mixte puisse prendre en compte les préjugés sexistes qu'ils peuvent mettre en œuvre dans leur fonctionnement. [Plus d'informations ici.](#)*

II. Apprendre à identifier et à déconstruire les stéréotypes de genre.



Objectifs : Identifier et déconstruire les stéréotypes de genre en vigueur dans les cohortes de vos entrepreneurs et, plus généralement, dans le secteur de l'entrepreneuriat.

Lignes directrices :

- Dans la partie précédente, nous avons vu certains stéréotypes de genre auxquels les entrepreneuses sont confrontées, car le secteur de l'entrepreneuriat n'est pas exempt de préjugés de genre, les femmes sont empêchées d'atteindre leur plein potentiel parce qu'elles ont un accès limité au soutien financier, aux opportunités économiques, à la mise en réseau, à l'information, au temps, et certaines d'entre elles souffrent encore de barrières culturelles et religieuses.



- Discussion ouverte (10') : Observez-vous des stéréotypes de genre similaires dans les cohortes de vos entrepreneurs, ou même dans le secteur de l'entrepreneuriat en général ? Donnez des exemples spécifiques que vous avez observés dans votre vie quotidienne.
- Ensuite, divisez le groupe de 15 personnes en 3 sous-groupes de 5 personnes (à adapter en fonction de la taille de votre groupe).
- Jeu de rôle en sous-groupes (5') : (Basé sur le [support de la formation des formateurs](#) - diapositives x à x) Chaque groupe choisit l'un des 5 scénarios. Chaque texte représente une question de genre. 1 personne joue le premier protagoniste, 1 personne joue le second protagoniste, les autres sont des témoins. Chacun choisit un rôle. La scène est jouée par les deux protagonistes pendant 3 minutes.
- Retour d'information en sous-groupe (5') : Les témoins et les deux protagonistes disposent de 5 minutes pour analyser la situation dans le cadre d'une réflexion de groupe. Demandez-leur d'identifier 3 difficultés et 3 bonnes pratiques qu'ils vont partager avec l'ensemble du groupe.
- Retour en plénière (25') : Chaque groupe dispose de 5 minutes pour présenter sa réflexion et en discuter avec l'ensemble de la classe, y compris vos contributions

Conseils supplémentaires pour faciliter la conclusion : Il est important de structurer la discussion et de contrôler le temps dont dispose chaque groupe en se concentrant sur les questions soulevées par le groupe et en essayant d'y répondre à l'aide des pistes de réponse.

Script #1 "Crédibilité et visibilité des femmes" : Vous participez à une *master class* avec des femmes et des hommes entrepreneurs et, en tant que formateur, vous menez une réflexion de groupe. Une femme fait une bonne remarque qui n'est pas reconnue, mais un homme fait le même commentaire et il est pointé du doigt. Que devez-vous faire ?
 → 2 protagonistes : une femme, un formateur, et des témoins : d'autres entrepreneurs de la classe.
 → *Piste de réponse : il est important de l'interpeller, avec bienveillance. En tant que formateur, vous pouvez demander à la femme de reformuler/répéter son point et lui demander plus de détails à ce sujet. En tant que femme, vous pouvez dire "comme je l'ai souligné et comme Brian l'a accepté, nous devrions faire (...)". Essayez de ne pas vous excuser et utilisez un ton collaboratif et non accusateur. En tant que témoin, vous pouvez dire : "L'idée de Jane était fantastique et je suis heureux que nous l'envisagions" ou "Je suis heureux que vous ayez suggéré une idée supplémentaire". Soyez aimable et discret, et non pas sur la défensive, car la plupart des gens ne sont pas conscients qu'ils déprécient votre collègue féminine.*

Script #2 "Les femmes ne sont pas que des mères !" Vous faites partie d'un jury de sélection pour un prix de l'esprit d'entreprise. Les membres du jury sont tous des hommes. Une femme entrepreneur présente une idée d'entreprise ambitieuse et brillante. L'un des membres du jury lui demande comment elle va concilier son activité avec sa vie de famille et ses enfants. En tant qu'autre membre du jury, comment réagissez-vous ?

→ 2 protagonistes : une femme, un formateur/membre du jury, et des témoins : d'autres membres du jury.

→ *Piste de réponse : En tant que membre du jury, vous pouvez intervenir en recadrant la portée des questions et en demandant à votre collaborateur de les rendre plus proches du projet. En tant qu'entrepreneur, vous n'avez pas à vous expliquer et vous n'êtes pas obligé de répondre à cette question privée. Vous pouvez également lui dire que vous n'appréciez pas ces remarques.*

Script #3 "Généralités sur le genre hors contexte" : Vous animez une formation sur l'accès au financement. Un entrepreneur mentionne que "les entrepreneuses ne sont pas prêtes à prendre des risques et demandent toujours des montants inférieurs à ceux des hommes". En tant que formateur et participants, comment pourriez-vous réagir ?

→ 2 protagonistes : une femme, un formateur, et des témoins : d'autres entrepreneurs dans la classe.

→ *Piste de réponse : En tant que formateur, il est important que vous remettiez en question la généralité de l'affirmation et que vous la mettiez en contexte. Par exemple, vous pourriez dire "toutes les femmes ne sont pas surexposées à ce phénomène, seulement certaines. Et cela a-t-il un rapport avec le fait qu'elles ont été éduquées pour être plus sages et plus timides ?"*

Script #4 "La diversité des modèles" : Vous organisez une formation au leadership pour vos hommes et entrepreneuses. Pour les aider à définir leur leadership, vous leur demandez de choisir une personne inspirante. Ils choisissent tous des hommes blancs connus comme Steve Jobs, Henry Ford et Mark Zuckerberg comme exemples. En tant que formateur, comment pourriez-vous réagir ? → 2 protagonistes : un entrepreneur, un formateur, et des témoins : les entrepreneurs de la classe.

→ *Piste de réponse : En tant que formateur, vous pourriez d'abord dire qu'il est également possible de choisir des femmes leaders comme personnes inspirantes et qu'il existe une diversité de leaders. Un leader est une personne qui a trouvé sa propre capacité à inspirer, influencer, motiver et unir autour d'un objectif commun - quel que soit son sexe !*

Script #5 "Parce que vous êtes une femme" : Au cours d'une séance de coaching individuel pour une femme chef d'entreprise avec un coach et un formateur, le coach a dit à votre chef d'entreprise que : "Ce ne sera pas facile avec tous ces concurrents dans votre secteur, mais vous réussirez dans votre entreprise grâce à votre physique et à votre jeunesse". En tant que formateur, comment pourriez-vous réagir ?

→ 2 protagonistes : une femme, un coach, un formateur et des témoins.

→ *Piste de réponse : Le coach pensait lui faire un compliment et ne s'est pas rendu compte qu'il la discréditait. ne s'est pas rendu compte qu'il la discréditait. Cette injonction de l'apparence des femmes est encore très présente dans l'entrepreneuriat et discrédite le charisme et le leadership féminin. En tant que formateur, vous pouvez lui dire avec assurance et fermeté qu'elle ne devrait pas compter sur son apparence pour réussir, ou vous pouvez lui demander de répéter et de développer ses pensées.*

Lectures

supplémentaires

:

+ Selon les Nations unies, un stéréotype de genre est une opinion généralisée ou une idée préconçue sur des attributs ou des caractéristiques, ou sur les rôles qui sont ou devraient être ceux des femmes et des hommes, ou qui sont assumés par eux. Un stéréotype de genre est nuisible lorsqu'il limite la capacité des femmes et des hommes à développer leurs aptitudes personnelles, à poursuivre leur carrière professionnelle et/ou à faire des choix concernant leur vie.

+ La lutte contre le sexisme est une question de société qui concerne aussi bien les femmes que les hommes. Garder le silence lors d'une agression ou ne pas réagir à des propos sexistes ne minimise pas la gravité de l'incident et/ou la responsabilité de l'auteur.

Les victimes de situations sexistes ou de violences fondées sur le genre ont souvent un sentiment de culpabilité intégré et sont donc moins enclines à se confier à d'autres personnes sur ce qu'elles ont vécu. Votre rôle est donc aussi de faire preuve d'empathie. Il est essentiel de ne pas juger une personne qui vient se confier à vous au sujet du sexisme et/ou de l'agression qu'elle a subis. Il est essentiel de la rassurer et de l'écouter. Si la situation est particulièrement grave et sort de votre champ de compétence, orientez-la vers des organismes habilités, comme des associations qui pourraient l'aider dans ses démarches - à l'instar de l'[AVET](#).

MODULE 2 : Outils et ressources de formation pour renforcer le leadership des femmes

I. Comprendre, identifier et transformer les croyances auto-limitantes pour renforcer la confiance en soi des femmes.

Objectifs :

- Comprendre ce que sont les croyances auto-limitantes, en particulier dans le secteur de l'entrepreneuriat.
- Identifier les origines des croyances limitantes des femmes.
- Aider les femmes à transformer leurs croyances limitantes en croyances positives pour gagner en confiance en soi.

Lignes directrices :

- Dites : Nous avons vu précédemment les obstacles externes auxquels les entrepreneuses sont confrontées pour développer leur activité entrepreneuriale - en raison d'une société patriarcale qui tend à constamment minimiser et remettre en question la voix des femmes, à les invisibiliser et à les dévaloriser. Les femmes ont fini par accepter ce manque de légitimité et d'estime de soi, et nombre d'entre elles s'autocensurent, limitant ainsi leur plein potentiel de réflexion et d'action. Ce phénomène d'autocensure est appelé le syndrome de l'imposteur¹ - qui peut se traduire par des croyances limitatives que l'on répète aux femmes pour qu'elles se répètent elles-mêmes.

¹ Le "syndrome de l'imposteur" est le nom que deux psychologues - Pauline Clance et Susanne Imes - donnent à ce phénomène, qui a été révélé en 1978 par l'étude de 150 femmes diplômées qui exerçaient des professions prestigieuses et étaient reconnues pour leurs compétences.

- Posez la question : Qu'est-ce qu'une croyance limitantes? Avez-vous des exemples spécifiques que vous avez observés en tant que formateur auprès des entrepreneuses que vous soutenez ?
 - Poursuivre avec une définition des croyances limitantes : Souvent inconsciente et fausse, une croyance limitante est une pensée qui se construit au fil de nos mauvaises expériences de vie et qui influence nos émotions, induit nos comportements et détermine nos jugements sur nous-mêmes et sur les autres. Ce sont des pensées que nous nous répétons si souvent que nous finissons par les prendre pour des vérités générales... mais qui ne font que nous limiter ! Par exemple, dire "je ne suis pas assez souple pour danser" - signifie que je suppose que je ne serai jamais capable de le faire et que je me donne donc une excuse pour ne pas essayer. Les croyances limitatives peuvent provenir de jugements externes (opinions de la société) ou internes (autocensure).
 - Exercice de groupe (20') : (Basé sur le [support de la formation des formateurs](#) - diapositives x à x) Aidons les femmes à découvrir leurs croyances limitantes et à les transformer en croyances positives !
 - Divisez le groupe de 15 personnes en 3 sous-groupes de 5 personnes (à adapter en fonction de la taille de votre groupe).
 - Préparez un tableau avec les croyances limitatives d'un côté et les croyances positives de l'autre.
 - Dites : En groupe, dressez une liste de 8 croyances limitatives que les entrepreneuses peuvent avoir envers elles-mêmes. Notez-les dans le tableau de la colonne de gauche du tableau. Ensuite, réfléchissez à la manière de déconstruire ces croyances pour les transformer en croyances positives. Par exemple, vous pouvez réfléchir à des contre-exemples qui prouvent le contraire des croyances limitantes ou à des leviers d'action pour surmonter ces croyances limitantes. Notez-les dans le tableau de la colonne de droite du tableau.
- Donnez un exemple : *Croyance limitante : les femmes peuvent avoir peur de se ridiculiser et de ne pas être prises au sérieux lorsqu'elles parlent de leur projet d'entreprise* ⇒ *Contre-exemple : En tant que fondatrices, personne ne connaît mieux son sujet et n'est mieux à même de parler de votre projet.*

II. Aider les entrepreneuses à trouver et à développer leurs compétences en matière de leadership.



Objectifs :

- Des outils pour aider les formateurs à développer et à améliorer les styles de leadership chez les entrepreneurs.

Lignes directrices :

- Exercice de groupe pour définir et accroître le leadership (10') : (Basé sur le [support de la formation des formateurs](#) - diapositives x à x) et demandez à l'ensemble du groupe :
 1. Identifiez 15 qualités, forces, talents que vous associez au leadership (par exemple en faisant une liste sur un tableau de papier) ;
 2. Déterminez si certains de ces éléments sont plus susceptibles d'être associés à des attributs féminins ou masculins (par exemple, en indiquant W pour "femmes" ou M pour "hommes" sur chaque ligne de la liste).
- Conclure par les enseignements tirés par les dirigeants :
 - **La perception du leadership par les hommes et les femmes** : Notre société reconnaît davantage les hommes que les femmes comme des leaders. Ceci est directement lié à notre éducation et socialisation genrées, qui induit la construction du masculin et du féminin dès l'enfance et attribue ainsi arbitrairement des traits de caractère aux hommes et aux femmes. En effet, les qualités appréciées chez un leader sont souvent des qualités que l'on attribue aux hommes : courage, audace, persévérance, force, détermination, etc.
 - **Un leadership authentique** : Il n'y a pas un seul type de leader, mais autant de leaders que de personnalités. Un leader est une personne qui a trouvé sa propre capacité à inspirer, influencer, motiver et unir autour d'un objectif commun. Il est essentiel de faire appel à une diversité de leaders dans vos programmes et événements d'inspiration en tant que modèles, mentors... pour permettre à toutes les entrepreneuses de s'identifier en tant que leaders.
 - **Styles de leadership** : Le leader peut être directif, visionnaire, collaboratif, participatif, coach ou tout cela à la fois. En tant que leader, il s'agit plutôt de savoir naviguer entre ces différentes postures et d'adapter son style de leadership au contexte et à ses interlocuteurs. Un leader doit faire appel à différentes qualités : l'écoute active, l'empathie, l'authenticité, la générosité, la vision, la flexibilité, l'inspiration, l'agilité, l'audace, etc.

MODULE 3 : Quelle posture dois-je adopter en tant que professionnel soutenant les entrepreneuses ?

Adopter une approche de "consultant en processus" : des outils clés pour développer l'écoute active et l'orientation humble, en travaillant avec les femmes pour trouver ensemble des solutions à leurs besoins.



Objectifs :

- Comprendre quelle pourrait être la bonne position et la bonne approche pour soutenir les entrepreneuses.
- Développer l'écoute active

Ligne directrice :



- Dites (5') : Selon Edgar Schein² , il existe 3 formes d'interaction d'aide qui impliquent des comportements différents selon que l'on adopte une posture d'expert, de médecin ou de consultant en processus.
Le médecin diagnostique et prescrit;
 - L'expert fournit des informations ou des services ;
 - Le consultant établit une relation équitable.

En tant qu'acteur de l'accompagnement, vous devez adopter une approche de consultant basée sur un processus de communication, en clarifiant le type d'aide dont vous avez besoin. Le contenu de la demande du client/bénéficiaire ne peut être ignoré, mais l'aidant peut se concentrer principalement sur le déroulement de l'interaction en prêtant attention au comportement, au ton de la voix, au cadre, au langage corporel et à tout autre indice qui signalerait un degré d'anxiété et/ou de confiance. Pour ce faire, il est important de prêter attention à l'écoute active, de poser des questions humbles, de ne pas imposer une méthode ou un parti pris, mais plutôt d'aider à reformuler. Un consultant doit posséder certaines qualités requises, telles que

→ Disponibilité : si vous êtes là pour une raison, restez concentré et montrez que vous êtes entièrement disponible. →
Humilité : sortez de la posture du "sachant" condescendant et essayez de ne pas multiplier les injonctions avec des phrases commençant par "tu devrais faire..." → Empathie : mettez-vous à la place de l'autre pour comprendre ses besoins et ses contraintes, et pouvoir y répondre. →
Non-jugement : n'imposez pas vos opinions ou vos solutions. L'autre personne n'est pas moi et elle a le droit d'être une autre personne.

- Faites un jeu de rôle en sous-groupes et dites (5') : (Basé sur le [support de la formation des formateurs](#) - diapositives x à x) En plus d'être un auditeur actif, ce qui est l'une des qualités les plus importantes requises pour répondre aux besoins des entrepreneuses. Êtes-vous un bon auditeur ? Entraînez-vous !
- Demandez aux groupes de se mettre par deux.
- Une personne jouera le rôle de l'interlocuteur, l'autre celui du destinataire. L'interlocuteur dispose de 3 minutes pour exprimer un besoin/parler d'un sujet au hasard en se mettant dans la peau d'une femme chef d'entreprise. Le destinataire ne doit pas réagir pour respecter le principe de l'écoute active.
→ *Vous pouvez choisir un thème pour votre exposé de 3 minutes dans la liste des besoins des femmes du jeu d'association précédent.*

² Le livre "Helping" d'Edgar Schein

- Concluez par : Un auditeur actif est :
 - Faire face à l'interlocuteur, établir un contact visuel et adopter une posture ouverte (ne pas croiser les bras, ce qui peut donner l'impression que l'on est "fermé" ou sur la défensive).
 - "Écouter" également les signaux non verbaux : être attentif au langage corporel (voix, ton, gestes). → N'interrompez pas l'autre personne, ne montrez pas de frustration à son égard, ne donnez pas l'impression que vous pensez être plus important ou que vous n'avez pas le temps d'écouter ce qu'elle a à dire.
 - Écouter sans juger, sans tirer de conclusions hâtives, mais en montrant que vous écoutez en hochant la tête, en souriant et en faisant de petits bruits comme "oui" et "euh huh", pour montrer que vous encouragez l'interlocuteur à continuer.
 - N'imposez pas vos opinions ou vos solutions : une oreille attentive peut être beaucoup plus gratifiante que de dire à quelqu'un ce qu'il devrait faire.
 - Poser des questions, paraphraser et résumer, c'est-à-dire répéter ce qui a été dit pour montrer que l'on a compris. résumer, comme répéter ce qui a été dit pour montrer que vous l'avez compris.

A NE PAS FAIRE : un auditeur actif doit éviter les attitudes dysfonctionnelles, telles que la pseudo-écoute, l'écoute projective ou l'écoute sélective.

Clôture de la formation !



Discours de clôture :

- Merci au groupe pour sa participation !
- Demandez un tour de table : une chose que vous gardez avec vous et que vous commencez à mettre en œuvre pendant votre formation ?

MODULE 2 : Gérer des communautés de femmes entrepreneurs

Questions à se poser avant de commencer ce module :

- **Evaluez votre situation** en termes de renforcement de la communauté : avez-vous une stratégie de renforcement de la communauté ? Qui participe à vos communautés ? Que proposez-vous ?
- **Adoptez une perspective de genre** lorsque vous analysez votre stratégie de renforcement de la communauté : les femmes participent-elles à ce processus de renforcement de la communauté ? Êtes-vous en mesure de mesurer leur contribution ? Les femmes participant à vos programmes expriment-elles un besoin de renforcement de la communauté ou de renforcement de leur propre communauté ? Incluez-vous le genre et les besoins des femmes dans la gestion générale de votre communauté ?

A qui s'adresse ce module ?

Ce module s'adresse aux chefs de projet et aux responsables qui travaillent aux côtés des entrepreneurs pour les aider à prospérer. Certaines organisations engagent également des community managers, qui peuvent également bénéficier de ce module.

A la fin de ce module, vous serez capable de :

Comprendre l'importance de la création d'une communauté et du soutien par les pairs pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin (partie I) ;

✓ Renforcez vos connaissances sur la manière de créer une communauté intégrant la dimension de genre (partie I) ;

✓ Découvrez comment mettre en place des événements clés en main mettant en valeur les entrepreneuses (partie II).

Objectifs de ce module :

- Comprendre les aspects clés de la construction d'une communauté tout en adoptant une perspective de genre
- Acquérir des outils et des bonnes pratiques pour développer, engager et soutenir une communauté entrepreneuriale en tenant compte des besoins des entrepreneuses ;
- Renforcer les liens entre les entrepreneuses de vos programmes en créant et en gérant des communautés durables et en offrant des possibilités de mise en réseau ;
- Acquérir des ressources en ligne et hors ligne pour organiser des événements qui mettent en avant les entrepreneuses.

I. Créer une communauté d'entrepreneurs plus inclusive sur le plan du genre

Les communautés entrepreneuriales permettent aux entrepreneurs de développer leur entreprise. Selon le WeBarometer de 2021, les "programmes de mise en réseau et de mentorat" sont les deux principaux types de soutien aux entreprises dont les entrepreneuses ont besoin, car ils leur permettent d'accéder à des opportunités économiques et financières, à des astuces et des conseils basés sur des expériences partagées, ainsi qu'à des connexions utiles pour une collaboration ou une vente future.

De la même manière, les membres d'une communauté peuvent contribuer à la dynamique de la communauté et en devenir les acteurs. Pour les entrepreneurs, cela se traduit par le renforcement de leur sentiment d'appartenance, l'accès à de nouvelles opportunités et la diminution du sentiment de solitude.

La prise en compte de la dimension de genre dans votre communauté permet aux femmes de contribuer davantage et d'accéder à de nouvelles opportunités commerciales utiles à leurs initiatives entrepreneuriales.

1. Pourquoi est-il important d'encourager la participation des femmes au sein de votre communauté ?

Les entrepreneuses ont tendance à avoir des réseaux plus petits et plus informels que leurs homologues masculins, car, comme le montrent les recherches, les femmes sont souvent exclues des "réseaux de vieux garçons" influents, historiquement construits par et pour les hommes (Aldrich, 1989 ; Blisson et Rana, 2001 ; Hamouda et al., 2003 ; Manolova et al., 2006). Les principaux obstacles sont :

- Manque de temps dû aux responsabilités familiales ;
- Manque de crédibilité ;
- Coût financier ;
- Distance géographique et ;
- Manque d'informations sur les réseaux existants.

Les réunions sont souvent informelles, à des heures et dans des lieux où les femmes ne sont pas très à l'aise. En outre, le comportement des hommes peut parfois stigmatiser les entrepreneuses. Par conséquent, les femmes sont moins susceptibles d'interagir avec des individus qui contrôlent des ressources clés (Brush et al., 2004), et elles sont également moins enclines à rejoindre des associations d'entreprises, des groupes d'intérêts spéciaux et d'autres grands réseaux formels (Klyver, 2011).

Le sentiment de solitude est particulièrement fort chez les femmes entrepreneuses et constitue un frein au passage à l'acte. Une [étude française](#) confiée par l'Adie au groupe Egæ en 2022 montre que l'un des 5 obstacles majeurs rencontrés par les entrepreneuses est le manque de soutien de leurs proches. Parfois, il s'agit d'une simple injonction du conjoint pour ne pas empiéter sur le temps consacré à la famille, ou d'un doute exprimé par un proche sur leurs compétences et leurs chances de réussite. Un projet soutenu par la famille et les amis a plus de chances d'aboutir.

L'un des obstacles à la participation des femmes à votre communauté est le manque de modèles féminins dans le secteur de l'entreprise et ses réseaux, ce qui rend la contribution des femmes beaucoup moins visible que celle des hommes.

En tant que structure de soutien, vous jouez un rôle crucial pour assurer la contribution des entrepreneuses dans votre communauté, en leur fournissant des ressources, des opportunités, des connexions et des informations égales, et en veillant à promouvoir leurs réussites dans la même mesure que leurs homologues masculins.

2. Veiller à ce que votre communauté soit un espace sûr pour les femmes

Pour rendre une communauté plus inclusive, il faut d'abord prêter attention à la discrimination fondée sur le sexe qui peut se produire parmi les membres de la communauté. Il est important de créer un espace sûr où les femmes se sentent entendues, considérées et légitimes. Un espace sûr où les besoins et les contraintes des entrepreneuses sont connus de tous. Pour ce faire, voici quelques conseils et bonnes pratiques à mettre en œuvre :

- A. **Garantir une stricte parité entre les entrepreneurs de votre communauté** (ce qui signifie que les hommes et les femmes sont représentés de manière égale) permet une représentation égale des hommes et des femmes au sein de votre communauté et une voix claire donnée aux entrepreneuses.
- B. **Élaborer une charte communautaire** qui intègre les principes de l'égalité entre les femmes et les hommes et veiller à ce que tous les membres la respectent. Par exemple, cette charte peut contenir
 - L'égalité du temps de parole entre les hommes et les femmes lors des réunions.
 - Veiller à mettre en valeur les modèles masculins et féminins.
 - Rappeler les principes fondateurs de la communauté tels que : l'entraide et l'inclusion, la responsabilisation, etc.
 - Veiller à ce que tous les membres s'engagent à respecter certains principes clés en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, tels que ne pas adopter de comportement discriminatoire ou sexiste, lutter contre les stéréotypes liés au genre, assurer une représentation égale des hommes et des femmes, s'élever contre le harcèlement sexiste et sexuel, etc.
- C. **Mettre en œuvre des politiques internes et des formations sensibles à la dimension de genre**, qui permettent à l'ensemble du personnel d'être sensibilisé à la dimension de genre afin d'offrir un cadre bienveillant, en accord avec les valeurs de votre organisation. Pour ce faire, vous pouvez demander à vos formateurs de remplir le [premier module de la boîte à outils](#) ou de suivre une formation spécifique sur les préjugés sexistes. Il est également conseillé d'identifier des "points focaux genre" parmi les entrepreneurs de votre communauté, qui seront chargés de veiller au respect des principales valeurs mentionnées dans la charte.
- D. **Mettre en place un service d'assistance téléphonique pour traiter les problèmes de harcèlement ou de violence fondée sur le sexe**, ouvert à tous les entrepreneurs,

avec des informations et une communication claires sur la manière de saisir ce mécanisme.

3. Des leviers pour rendre votre communauté inclusive

Créer une communauté plus "inclusive" implique de s'adresser à différents profils d'entrepreneurs et de veiller à ce que leurs besoins soient pris en compte. Votre communauté doit pouvoir accueillir tout le monde !

Il existe un certain nombre de paramètres à prendre en compte pour garantir l'intégration de la dimension de genre dans votre communauté d'entrepreneurs - et pour maximiser vos chances d'encourager les valeurs et les pratiques d'égalité. Pour ce faire, voici quelques conseils et bonnes pratiques à mettre en œuvre :

- A. **Proposer des événements inclusifs à votre communauté : s'adresser à l'ensemble de la communauté entrepreneuriale en identifiant des sujets qui résonneront pour tout le monde, et répondre aux besoins et contraintes des femmes sans les stigmatiser par des "sujets féminins". De plus, l'inclusion n'est pas seulement une question de genre, mais doit aussi prendre en compte d'autres critères intersectionnels pour couvrir les différents besoins que les femmes peuvent rencontrer.** Pour ce faire :
- Choisissez un sujet inclusif -tel que : → "Surmonter le syndrome de l'imposteur pour se lancer dans l'entrepreneuriat". → "Entourez-vous des bonnes personnes et fédérez-vous autour de votre projet." → "Investir personnellement dans son entreprise : une fausse bonne idée ?"
 - Invitez systématiquement des femmes expertes/entrepreneurs - en particulier dans les domaines où les femmes sont moins visibles (comme les stratégies de collecte de fonds par exemple). Veillez à respecter la règle qui veut qu'au moins 50 % des intervenants soient des femmes dans chaque panel que vous organisez. NB : il est important de préparer le temps nécessaire avec vos panélistes pour éviter tout préjugé sexiste avant l'événement.
 - Prévoyez du temps dans l'agenda pour les activités de mise en réseau et assurez-vous qu'il a été annoncé suffisamment tôt, et que vous tenez compte des contraintes de temps pour convenir à la plupart des entrepreneurs. Par exemple, il est parfois plus difficile pour les femmes d'assister à des événements en soirée, car elles sont encore le plus souvent chargées de s'occuper des enfants.
- B. **Favoriser le soutien entre pairs** : valoriser l'entraide entre vos entrepreneurs, grâce à des [sessions de soutien entre pairs](#), au partage de ressources, à la création de mentorat et d'échanges entre les entrepreneurs qui ont déjà participé à vos programmes et les nouveaux.
- C. **Adopter une communication sensible au genre** : choisir le bon canal et le bon ton, utiliser une écriture inclusive dans vos messages sur les médias sociaux et diffuser vos informations sur des réseaux mixtes et des réseaux réservés aux femmes.

D. Prévoyez des services de garde d'enfants et veillez à ce que le calendrier de vos événements soit adapté à la disponibilité des femmes - comme les femmes sont encore majoritairement chargées des tâches de garde d'enfants, les créneaux horaires du soir ne sont par exemple généralement pas les meilleurs moments pour les femmes pour s'engager dans des activités de mise en réseau.

4. Organiser des événements non mixtes si nécessaire.

Des réseaux d'entreprises réservés aux femmes sont apparus pour apporter des solutions aux problèmes soulevés précédemment. Leur nombre a explosé au cours des dix dernières années car il existe une réelle demande de la part des femmes. Ces réseaux permettent d'aborder des questions qui ne le seraient pas dans des environnements mixtes. Il s'agit d'un environnement bienveillant, solidaire et chaleureux. Les femmes peuvent parler de leurs contraintes spécifiques, des obstacles qu'elles rencontrent dans le secteur et partager des astuces. Pour ce faire, voici quelques conseils et bonnes pratiques à mettre en œuvre :

- A. **Créez un groupe exclusivement féminin** au sein de votre cohorte mixte. Par exemple, vous pouvez créer un groupe professionnel Whatsapp ou Slack - où les femmes de votre cohorte peuvent partager leurs problèmes quotidiens, leurs besoins, leurs opportunités, leurs ambitions, etc. Vous pouvez également mettre en place une activité de mentorat réservée aux femmes, dans le cadre de laquelle les anciennes classes peuvent accompagner les participantes actuelles.
- B. **Créez des opportunités de rencontres dédiées uniquement aux femmes** de votre programme/communauté - par exemple :
 - *Une conférence qui n'invite que des femmes expertes.*
 - *Un événement de mise en réseau avec des groupes d'investissement qui proposent un fonds réservé aux femmes.*
 - *Un atelier de codéveloppement pour encourager le soutien mutuel entre les femmes.*
 - *Un atelier de codéveloppement pour encourager le soutien mutuel entre les femmes.*
 - *Un cercle de femmes avec un coach certifié pour que les femmes puissent se confier sur leurs difficultés professionnelles en tant que femmes, trouver du réconfort et repartir avec des conseils applicables.*

Comme nous l'avons vu précédemment, vous pouvez également assurer la contribution des femmes à des événements mixtes si vous avez pris en compte leurs besoins et leurs attentes. Il est conseillé de ne pas stigmatiser les femmes en leur réservant l'accès à des événements prétendument "féminins", car les hommes entrepreneurs peuvent également être confrontés aux mêmes difficultés et défis.

Toutefois, des événements non mixtes peuvent parfois être nécessaires pour permettre aux femmes d'entrer en contact avec un réseau de pairs et de partager certaines difficultés qu'elles n'aborderaient peut-être pas dans un groupe mixte d'entrepreneurs.

Vous trouverez d'autres exemples à mettre en œuvre dans la partie suivante du module.

II. Exemples d'événements sensibles au genre que vous pouvez organiser

Vous trouverez ci-dessous un atelier de codéveloppement conçu, testé et mis en œuvre par Empow'Her pour encourager le soutien mutuel entre femmes, que vous pouvez reproduire dans votre propre organisation.



Objectifs

1. Renforcer les liens entre les femmes entrepreneurs grâce à des techniques de codéveloppement ;
2. aider les femmes entrepreneurs à trouver des solutions à leurs problèmes entrepreneuriaux en s'appuyant sur les connaissances et l'expérience collectives
3. Permettre aux femmes entrepreneurs d'envisager leurs projets sous un angle différent.

A l'issue de la formation, vous serez en mesure de

- Organiser un atelier de 2 heures, pour 6 à 20 femmes entrepreneurs, dans le but de se connecter, de se challenger et de faire décoller leurs projets.
- Découvrez un format innovant, qui allie sororité et intelligence collective
- Accédez à cet atelier prêt à l'emploi, transférable et reproductible, que vous pouvez animer.

Avant de commencer

- Cette méthodologie est un outil qui peut être utilisé pour nourrir votre communauté et aider les femmes entrepreneurs de votre programme.
- Afin de mieux comprendre le concept de codéveloppement et d'animer au mieux une session, veuillez prendre le temps de lire les diapositives suivantes concernant le cadre d'une session de codéveloppement et les différents rôles et responsabilités de chaque partie.

4

Comprendre la méthodologie de codéveloppement

Le codéveloppement est une méthodologie d'intelligence collective qui permet à chacun de résoudre ses défis et ses problèmes en bénéficiant des points de vue et de l'expérience des autres.

L'objectif du codéveloppement est de créer des communautés d'apprentissage afin d'améliorer ses pratiques en s'appuyant sur des situations réelles, en tirant parti de la multiplicité des points de vue et d'un processus de réflexion structuré.



APPRENDRE à être plus efficace en trouvant de nouvelles façons de penser et d'agir, en apprenant à aider et à être aidé



S'APPUYER sur les connaissances acquises par l'expérience et la pratique, qui ne peuvent être ni formalisées ni enseignées.



CONSIDÉRER ses pairs comme des personnes expérimentées et engagées, faire partie d'un groupe où règnent la confiance et la solidarité



RÉFLÉCHIR à l'action, en s'obligeant à prendre du recul, à voir différemment grâce à la perspicacité de ses pairs.

Ce que le codéveloppement n'est pas

 Formation à l'entrepreneuriat L'idée n'est pas de se former sur un sujet ou de partager des notions théoriques, c'est un moment d'échange de pratiques et de retour d'expérience. Il n'y a pas de formateur, mais un facilitateur !	 Coaching individuel Il ne s'agit pas de l'accompagnement d'une femme ou d'un entrepreneur, mais d'un moment de recul collectif qui permet l'émergence d'un sentiment d'appartenance et d'une dynamique de soutien mutuel.	 Une réunion de networking L'objectif n'est pas de "réseauter", mais d'aborder collectivement les problèmes rencontrés par chaque participant et d'identifier des solutions pour relever leurs défis.
--	--	---

6

Instructions étape par étape pour un rassemblement Sisters Act

- Pour un groupe de 6 à 20 femmes



- Pour 90 minutes à 120 minutes 

Vous pouvez adapter la durée en fonction de la taille du groupe : 90 minutes pour les petits groupes de moins de 10 femmes et 120 minutes pour les groupes plus importants.

7

Avant de commencer : Poser le cadre



Règles essentielles

- Les participants doivent être convaincus qu'ils peuvent apprendre les uns des autres.
- La bienveillance et le soutien mutuel sont à la base du bon fonctionnement d'un groupe de codéveloppement.
- Les participants doivent s'engager dans le processus : il est basé sur la solidarité et le soutien mutuel.

Apprendre à connaître les rôles dans chaque session



Le porteur du problème

- Présente un problème auquel elle est confrontée
- Écoute les suggestions des consultants
- S'engage dans une action



Les consultants

- Écouter les problèmes
- Apporter un regard neuf et un retour d'information
- Suggérer des pistes d'action en adoptant une attitude de soutien



Le facilitateur

- Garantir la méthodologie
- Encadrer les échanges
- Respecter le temps imparti
- Se concentrer sur le processus et non sur le contenu

Focus sur le facilitateur

DO'S

- S'assure que les participants comprennent les objectifs du codéveloppement
- Maintient le cadre de confiance, de partage et de bienveillance
- Tient compte du temps et de la méthodologie, indique quand passer à l'étape suivante, rappelle les instructions si nécessaire

DON'T

- N'intervient pas sur le contenu des échanges, ne porte pas de jugement sur le problème ou sur les solutions apportées
- Veille à ce que la parole puisse circuler entre les participants

Focus sur les consultés

DO'S

- Adopte une attitude d'écoute active.
- Pose des questions humbles.
- Établir un contact visuel.

DON'T

- Juger ou tirer des conclusions hâtives.
- Imposer ses opinions ou ses solutions.
- Montrer de la frustration.

Focus sur le porteur du problème



DO'S

- Adopter une attitude d'écoute active lorsque le consultant prend la parole.
- Soyez transparent et aussi cher que possible lorsque vous présentez votre problème et répondez aux questions qui s'y rapportent.

DON'T

- Ne posez pas de questions techniques.
- Ne posez pas de questions qui requièrent un certain niveau d'expertise.

Exemples de questions

"Dois-je choisir entre mes deux objectifs actuels ?"

"Que pensez-vous de l'organisation de mon service ?"

"Comment anticipez-vous les demandes des clients ?"

"Quel processus dois-je mettre en place pour améliorer cet aspect de mon projet ?"

"Comment gérer mes priorités ?"

"Comment puis-je motiver mes employés ?"

Résumé de la session

Cette session s'adresse à un groupe de 6 femmes pour une durée de 120 minutes.

PARTIE 1	Brise glace	15'
PARTIE 2	Définir le cadre et les enjeux en grand groupe	30'
PARTIE 3	Trouver des solutions aux défis posés par le porteur de problème dans des groupes plus restreints	45'
PARTIE 4	Dernières réflexions, résumés et synthèse en grand groupe	25'

Brise glace

15' 

Commencez toujours par un brise-glace qui dynamisera les participants et favorisera un climat de confiance.

Demandez aux participants de se placer les uns devant les autres. Ils doivent trouver des similitudes dans leur parcours entrepreneurial, et ce n'est qu'une fois que vous avez trouvé cette similitude que vous pouvez passer à la personne suivante.

L'objectif est de trouver le plus de similitudes possible avec le plus grand nombre de personnes.

À la fin, chacun partage avec le groupe la similitude qui l'a le plus surpris.



14

CO-DÉVELOPPEMENT

Etape 1 : définir le cadre et trouver les problèmes

30' 

Tout le groupe est assis en cercle.

- Le facilitateur définit le cadre de l'activité et clarifie les rôles (le porteur du problème, le facilitateur, les consultants), les étapes à suivre et les sujets qui peuvent être discutés.
- Individuellement, chaque femme chef d'entreprise prend le temps de réfléchir à ses problèmes ou aux sujets qu'elle aimerait aborder. Elle en écrit un (ou deux s'il s'agit d'un petit groupe) sur un post-it qu'elle colle au tableau.
- L'animateur lit chaque problème sur le tableau.
- Chaque entrepreneur présente son problème pendant 2 minutes.
- Le groupe prend une décision collective par le biais d'un vote sur les sujets qui seront abordés au cours de la session. L'animateur peut également regrouper des questions similaires avec l'accord des porteurs de problèmes.

Étape 2 : Présenter et clarifier le défi

15' 

Les groupes sont divisés en plus petits groupes
Chaque groupe est composé d'un porteur de problème et de deux à quatre consultants.
Pour un groupe de 6 femmes : les sous-groupes peuvent être divisés en 2 pour un groupe de 6 femmes avec 1 porteur de problème et 2 consultants par groupe.
Le nombre de porteurs de problèmes peut aller jusqu'à 5 pour des sous-groupes de 4 personnes comprenant 1 porteur de problème et 3 consultants.

Le porteur du problème présente sans interruption. <ul style="list-style-type: none"> Situation actuelle : Quels sont les principaux défis auxquels vous êtes confrontés ? Intention : Quel avenir essayez-vous de créer ? Question : Où avez-vous besoin d'aide ? 	5'
<ul style="list-style-type: none"> Les consultants abordent les lacunes de compréhension en posant des questions de clarification, mais aucune discussion n'a encore eu lieu. 	10'

Étape 3 : Introspection, réactions et retour d'information

30' 

Au sein des petits groupes.

<ul style="list-style-type: none"> Les consultants échangent des informations, des idées et des actions pour résoudre le problème. Le porteur du problème n'intervient pas et prend des notes. 	20'
<ul style="list-style-type: none"> Le porteur du problème résume ce qu'il a entendu et, en fonction du retour d'information des consultants, s'engage à lancer les premières actions. 	10'

Étape 4 : Résumés et synthèse

25' 

Tous les membres d'un grand groupe sont assis en cercle.

<ul style="list-style-type: none"> Chaque porteur de problème donne un résumé rapide de ce qui a été dit et de ses premières actions. 	10'
<ul style="list-style-type: none"> Faites le tour du cercle et chacun dit ce qu'il gardera de la session. 	10'
<ul style="list-style-type: none"> Remarques finales de l'animateur : Remerciements et reconnaissance. 	5'

18



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union 



MODULE 3 : Attirer et sélectionner les femmes entrepreneurs

MODULE 3 : attirer et sélectionner les entrepreneuses

Questions à se poser avant de commencer ce module

- Quels sont vos principaux critères de sélection ?
- Recueillez-vous des données sur le ratio hommes/femmes parmi les candidats et sur le pourcentage final de femmes par rapport aux hommes dans vos programmes ?
- Votre stratégie de communication vise-t-elle à la fois les hommes et les entrepreneuses ou ne tient-elle pas compte des spécificités de chaque sexe ?
- Menez-vous des actions spécifiques pour développer votre pipe d'entrepreneurs tout au long de l'année ?

A la fin de ce module, vous serez capable de :

✓ Identifier ce qui pourrait empêcher les femmes de participer à vos programmes (ou au contraire pourquoi ils répondent à leurs besoins) ;

✓ Déconstruire certains biais de sélection qui pourraient être désavantageux pour les femmes (parties II et III) ;

Comprendre comment mieux prendre en compte les besoins des femmes dans vos programmes de soutien (partie IV).

A qui s'adresse ce module ?

Ce module s'adresse aux chefs de projet et aux directeurs, ou à toute personne occupant un poste de direction au sein de l'organisation, qui peut influencer et modifier les processus en place. La manière dont nous ciblons les entrepreneurs et qui nous ciblons est une position très stratégique pour les organisations d'appui, et pour les changer, il peut être nécessaire d'obtenir l'approbation de l'équipe de direction et de l'organe directeur.

Objectifs de ce module :

- Renforcez votre stratégie de communication pour qu'elle soit plus inclusive sur le plan du genre ;
- Mettre en place des processus de sélection déconstruisant les préjugés sexistes ;
- Concevoir un programme de soutien adapté aux besoins des femmes.

I. Adopter une stratégie de communication attrayante et adaptée aux entrepreneuses.

1. Paramètres de communication pour s'assurer de ne pas renforcer l'écart entre les hommes et les femmes, mais plutôt de promouvoir la participation des femmes dans le secteur.

Selon le WeBarometer, les femmes ont généralement moins accès à l'information que les hommes car elles sont souvent exclues des réseaux mixtes. En outre, le "manque de soutien" de la part de leur famille et de leurs proches est considéré comme un problème majeur qui empêche les femmes de créer une entreprise, de même que le "manque de volonté de prendre des risques" et le "manque de confiance en soi". Même si les femmes ont tendance à recourir davantage à des programmes de soutien lorsqu'elles deviennent chefs d'entreprise, elles éprouvent plus de difficultés à franchir le pas.

Pour ces raisons, et pour encourager davantage de femmes à s'engager dans un parcours entrepreneurial, il est essentiel que les stratégies de communication les ciblent d'une manière attrayante et non stigmatisante.

Comment procéder ? Il existe des paramètres généraux à prendre en compte pour développer une communication inclusive qui vous permettra d'attirer les entrepreneuses.

NB : dans les paragraphes suivants, l'objectif n'est pas de mettre en place des outils de communication qui ciblent uniquement les femmes et excluent les hommes, mais plutôt d'adapter votre stratégie de communication pour inclure tous les entrepreneurs.

• Qu'est-ce que la communication sensible au genre ?

Communication sensible au genre : elle tient compte des différents besoins, perspectives et représentations de tous les genres. Pour être adaptées, les activités et les actions doivent aller au-delà de la sensibilisation et prendre des mesures pour réduire les inégalités et promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes. La communication sensible au genre inclut dans ses pratiques des langages sensibles au genre et non sexistes.

Langage neutre : ne pas être associé à un genre particulier, par exemple en utilisant la même terminologie pour désigner tous les genres. *Ex : dire "Bienvenue à tous" au lieu de "Bienvenue, mesdames et messieurs".*

• Comment adopter une communication sensible au genre ?

Selon la [boîte à outils de l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes](#), adopter une communication sensible au genre :

- Faciliter la perception des différences importantes entre les besoins des femmes et ceux des hommes ;
- Remettre en question les idées reçues sur les rôles des hommes et des femmes dans la société ;
- Jeter les bases d'une plus grande égalité entre les hommes et les femmes dans l'ensemble de la société ;

- Sensibiliser à la manière dont le langage affecte notre comportement ;
- Rendre les gens plus à l'aise pour s'exprimer et se comporter d'une manière qui n'était pas considérée comme "typique" de leur sexe.

Pour obtenir des exemples concrets sur la manière de mettre en œuvre ces conseils, consultez le kit de communication ci-dessous.

Une liste de contrôle pour s'assurer que votre plan de communication tient compte de la dimension de genre :

- Un langage sensible au genre est appliqué et des termes neutres sont utilisés.
- Les femmes et les hommes sont représentés dans des rôles non stéréotypés.
- Des histoires diverses de différents groupes de genre sont incluses.
- Le consentement éclairé a été obtenu et enregistré.
- Les obstacles à l'accès à l'information ont été identifiés et traités pour tous les groupes de sexe.
- Les activités de communication ont été participatives et équilibrées entre les hommes et les femmes.

2. Kit de communication

Le kit de communication est un guide qui vous donne des exemples concrets de visuels ou de posts percutants que vous pouvez publier sur les réseaux sociaux, afin d'enrichir votre vivier de entrepreneuses par le biais de votre processus de sélection.

Il contient

- Quelques éléments de formulation clés pour cibler tous les entrepreneurs ;
- Exemples de visuels prenant en compte la diversité des entrepreneurs ;
- Messages standards à partager sur les médias sociaux.

Le kit de communication est un modèle d'inspiration. Pour l'utiliser, modifiez le texte du programme, la date de dépôt, intégrez des photos de vos propres alumnae, et adaptez le format à votre charte graphique.

PROPOSITION DE TEXTE POUR UN POST SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



[👏 COMME ALIX, DEVEZ UN LEADER QUI A DE L'IMPACT].

" Lorsque j'ai rejoint le programme Boost Incub, je suis arrivé avec la forte conviction de transformer le secteur de la construction pour le rendre plus respectueux de l'environnement et des personnes. Ces 6 mois de coaching m'ont permis de réaliser ce rêve et de lancer GreenTech ! Avec mon associé Farhad, nous avons lancé en 2022 une entreprise qui fournit des matériaux recyclés au secteur de la construction et qui travaille aujourd'hui avec plus de 20 partenaires".

Si comme Alix et Farhad, vous souhaitez construire une réponse durable aux grands enjeux sociaux ou environnementaux européens, faites partie de la prochaine cohorte de créateurs d'inclusion !

Pendant 6 mois d'accompagnement, vous participerez et bénéficierez d'un pool d'experts spécialisés dans l'entrepreneuriat, qui vous fourniront des outils concrets et des techniques de coaching personnel.

☐ Critères de sélection :

- ◆ Minimum 2 ans de gestion de votre entreprise sociale ;
- ◆ Preuves de génération d'un impact positif (social/environnemental) ;
- ◆ Des prévisions financières réalistes et des besoins confirmés des clients ;
- ◆ Le projet doit prendre en compte le genre dans son fonctionnement interne, et/ou dans sa mission auprès des bénéficiaires / clients.

Vous partagez notre vision ? Postulez **ICI** avant le **20 janvier 2023 minuit**.

Plus d'infos sur notre programme. @la *structure de soutien*

* *Les candidatures d'entrepreneurs sous-représentés sont vivement encouragées.*

COMMUNICATION KIT



CALL FOR APPLICATION

If your will is to create a sustainable response to major European social or environmental issues, we are awaiting your applications !

Why this program aims at crafting inclusive entrepreneurship policies?

- ◆ If underrepresented entrepreneurs have the same opportunities than men, there would be + **35 million entrepreneurs**, 75% of whom are women*.
- ◆ Access to **finance is the 1st barrier** for entrepreneurs, particularly strong for women.

PROGRAM “BOOST INCUB”

Boost Incub' provides support to any early-stage social entrepreneur in Europe, regardless their gender, origin, race, disability, etc - in the start-up phase who wish to test and validate their offer with their target audience.

During the 6 months of the support, they participate in **masterclasses, individual coaching and networking events!**

[FOR MORE INFO](#)

APPLICATION PROCESS

Who? You are a creative and entrepreneurial spirit, who wants to bring social impact and contribute to a more equal and inclusive society.

** underrepresented entrepreneurs' applications are highly encouraged.*

How? Reply to the form before **20TH JANUARY 2023.**

[APPLY HERE](#)



* "The Missing Entrepreneurs 2021 - Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment" study by OECD

COMMUNICATION KIT

HELP US TO SPREAD THE WORD!

Participate in the visibility of our program support, by sharing our call for applications to your network of entrepreneurs and partners. Here are some elements to talk about it around you:

#1 POSITIVE FEEDBACK



“ Thanks to Boost Incub’ I learnt to recognize my value and gain self-confidence. As a leader, my responsibility is to practice the behavior I want others to follow. ”

#2 ATTRACTIVE VISUAL

Example of a visual to download here



#3 CATCHY WORDING



Text proposal for posts on social network to download here

MEET US ON SOCIAL NETWORK

- [YOUR FACEBOOK PAGE](#)
- [YOUR INSTAGRAM PAGE](#)
- [YOUR LINKEDIN PAGE](#)

SOME HASHTAGS

- [#socialentrepreneurship](#)
- [#inclusiveentrepreneurship](#)
- [#entrepreneurshipprogram](#) [#callforapplication](#)

[YOUR WEBSITE](#)

II. Construisez votre pipe d'entrepreneurs tout au long de l'année

1. Partez à la pêche aux talents !

Au-delà de votre processus de recrutement, il est essentiel de construire votre tuyau d'entrepreneurs tout au long de l'année. Comme mentionné plus haut, les femmes ont moins accès à l'information que les hommes - et il peut donc être nécessaire d'aller les chercher.

Jetez un coup d'œil à l'initiative du réseau Euclid "[Top 100 women in social enterprise](#)" pour trouver des profils inspirants de entrepreneuses !

Voici une cartographie des points d'entrée des parties prenantes, des groupes de soutien et des entrepreneurs : [Cartographie de l'écosystème FoWoSe - Google Sheets](#)

Conseil n° 1 : surveillez les médias, les réseaux d'acteurs de la pré-incubation, LinkedIn et d'autres plateformes dédiées aux entrepreneurs pour découvrir de nouveaux profils d'entrepreneurs.

Conseil 2 : partagez une base de données d'entrepreneurs avec d'autres acteurs de l'aide (et avec l'accord des entrepreneurs) afin d'identifier les profils qui pourraient le mieux bénéficier de votre aide.

Conseil 3 : Menez des actions "hors les murs" pour promouvoir vos programmes en dehors des réseaux classiques de soutien à l'entrepreneuriat (kiosques, universités, salons de l'emploi, etc.).

Conseil n°4 : Mettre en place un parcours utilisateur simple pour que les femmes intéressées puissent contacter vos équipes tout au long de l'année pour obtenir des informations sur les sélections à venir (inscription à une liste de diffusion pour recevoir des informations sur le prochain appel à candidatures ou à la newsletter de l'organisation, accès à un formulaire de contact sur le site internet, redirection vers les prochains événements organisés pour rencontrer les équipes d'accompagnement, etc).

2. Mise en place de partenariats solides avec des structures d'appui

Demandez l'aide d'autres parties prenantes qui englobent de grandes communautés de entrepreneuses afin de renforcer la visibilité de votre appel à candidatures.

Conseil 1 : Encouragez-les à diffuser votre appel à candidatures en leur envoyant un kit de communication contenant des visuels et des libellés clés.

Conseil 2 : renvoyez respectivement à certains candidats qui ne correspondent pas à vos critères de sélection.

Conseil 3 : organisez des réunions intercommunautaires et faites-les participer à vos programmes de soutien afin de renforcer les liens.

3. Organiser ou participer à des événements publics pour diffuser l'information

Organiser ou participer à des événements publics liés à l'entrepreneuriat, tels que des festivals, des sommets, etc. Certains participants pourraient être intéressés par l'un de vos programmes.

Conseil 1 : Participez à de grands rassemblements d'entrepreneurs pour tenir un stand d'exposition, animer une conférence, participer à un speed-meeting avec des entrepreneurs, etc.

Conseil 2 : organisez vos propres événements, si possible en partenariat avec d'autres organisations, pour promouvoir vos entrepreneurs et mettre en évidence leur diversité.

Conseil 3 : Organisez des sessions de présentation de vos programmes lors du lancement de l'appel à candidatures, qui permettent aux entrepreneurs intéressés de vous poser toutes leurs questions.

III. Concevoir un processus de sélection intégrant l'égalité entre les hommes et les femmes

1. Bonnes pratiques pour prendre en compte le genre dans le processus de sélection.

NB : Nous nous concentrons ici sur l'inclusion du genre, mais pour promouvoir la diversité des profils entrepreneuriaux, il est important d'avoir une approche transversale et de prendre en compte des critères d'origine sociale et culturelle, de handicap, d'orientation sexuelle, etc.

Assurez-vous que votre approche du genre est claire et compréhensible pour les participants et les partenaires :

Conseil 1 : organisez une session de préparation avec vos évaluateurs afin de leur donner plus d'informations sur vos critères de sélection et les profils d'entrepreneurs que vous souhaitez cibler.

Conseil n° 2 : faites-en sorte que vos critères de sélection soient clairs pour les participants et les partenaires. Par exemple, vous pouvez créer un document de questions-réponses joint à l'appel à candidatures, qui comprend des questions sur la sensibilité au genre dans votre processus de sélection.

Renforcez la diversité de votre pipe d'entrepreneurs par des actions spécifiques :

Conseil 3 : Proposez une session gratuite de préparation au pitch avant le panel de sélection (s'il y en a un), ouverte à tous les entrepreneurs qui souhaitent y participer.

Conseil 4 : Prévoyez de relancer les candidats qui ont commencé à remplir leur dossier de candidature mais ne l'ont pas terminé - ou ceux qui ont posé leur candidature mais n'osent pas se présenter à l'oral. Certains d'entre eux peuvent s'être découragés alors qu'ils souhaitent participer au programme (accordez une attention particulière aux candidates qui risquent d'avoir un taux d'abandon élevé à ce stade du processus de sélection).

Donner la priorité aux demandes collectives :

Conseil 1 : Permettre à tous les associés (et même aux équipes) de postuler aux programmes de soutien. En effet, les femmes fondatrices auront tendance à privilégier un soutien collectif à leur projet plutôt qu'un soutien individuel les ciblant en tant qu'entrepreneuses.

2. Concevoir des critères de sélection qui tiennent compte de la dimension de genre

Le processus de sélection pour rejoindre un programme d'aide peut être influencé par des stéréotypes de genre au détriment des candidates. En raison de la persistance des normes de genre :

- Les femmes peuvent sembler moins sûres d'elles-mêmes et moins affirmées que leurs homologues masculins et peuvent avoir tendance à miner l'impact de leurs projets.

Selon une enquête menée par IntoTheMinds auprès de 840 entrepreneurs en Europe, les motivations pour créer une entreprise dépendent du sexe de l'entrepreneur :

- La première motivation des femmes est la recherche d'autonomie et de flexibilité.
- La création d'entreprise par les femmes est moins opportuniste puisque seulement 20,1% d'entre elles déclarent avoir identifié une opportunité sur le marché (contre 32,7% pour les hommes).

Les hommes et les femmes ne se préparent pas de la même manière au lancement de leur entreprise.

- Les femmes ont tendance à suivre une formation plus spécifique avant de créer leur entreprise (43,3 % contre 31,8 % pour les hommes), contrairement aux hommes qui passent directement à la prospection de clients potentiels et à l'élaboration d'un plan d'affaires (42,5 % contre 34,6 % pour les femmes).

Dans le paragraphe suivant, nous suggérons différents critères de sélection qui ne seront pas aveugles au genre. Toutefois, ces critères s'appliquent à tous les candidats et nous ne conseillons pas d'avoir des critères différents pour les hommes et les femmes, car cela les stigmatiserait davantage :

- Ajouter des critères de genre pour évaluer l'impact des projets présentés.
- Valoriser la diversité des motivations pour lancer un projet.
- La faisabilité des projets doit être évaluée de manière plus stricte.
- Valoriser un leadership authentique et inclusif qui respecte l'expression du leadership de certaines femmes.

Téléchargez la grille de sélection complète [ici](#) !

3. Veiller à ce que les évaluateurs soient conscients de leurs préjugés sexistes.

Les évaluateurs chargés de sélectionner les profils d'entrepreneurs peuvent également être soumis à des préjugés sexistes - c'est pourquoi il est essentiel de mettre en œuvre des critères de sélection sensibles au genre et de former les évaluateurs à cette méthode.

Pour s'assurer que le processus de sélection intègre la dimension de genre, il est important de sensibiliser les évaluateurs aux préjugés sexistes et aux pratiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. Pour ce faire, vous pouvez leur proposer

Conseil 1 : Fournissez-leur une présentation comprenant le contenu de votre programme, les profils d'entrepreneurs que vous recherchez, les critères de sélection, la posture à adopter, les questions à poser et à ne pas poser.

Conseil 2 : demandez aux évaluateurs d'adopter une attitude empathique et de soutien envers les entrepreneurs, en les mettant à l'aise dès le début de l'entretien, en les écoutant attentivement et en faisant preuve d'ouverture d'esprit et d'intérêt à l'égard de leur parcours et de leurs ambitions.

Conseil 3 : Définissez quelques questions standard que les évaluateurs peuvent poser pour explorer certains critères qui sont importants pour vous - comme par exemple : "Quelle est la composition de votre équipe ? " *Quelle est la composition de votre équipe ?* " ; " *Si vous mesurez votre impact, avez-vous un impact différencié sur les femmes et les hommes ?* " ; " *Que voulez-vous apporter au programme ? Et comment pensez-vous que le programme répondra à vos besoins ?*", etc.

IV. Prendre en compte les besoins des femmes dans vos programmes

1. Estimer les besoins des entrepreneuses

Pour pouvoir répondre aux besoins spécifiques des femmes dans le cadre de vos activités de formation, vous devez d'abord être en mesure de les évaluer. Il est donc nécessaire de leur donner un espace pour s'exprimer, que ce soit en ligne ou en personne. Pour ce faire, vous pouvez :

1. **Ajouter des questions au questionnaire de candidature**, afin de mieux identifier leurs besoins spécifiques en matière de soutien, y compris en ce qui concerne les compétences matérielles et immatérielles.
2. **Demander l'avis d'anciennes entrepreneuses** pour déterminer ce qui doit être amélioré, renforcé ou mis de côté.
3. **Organiser un atelier** avec un groupe d'**entrepreneuses** potentielles et des experts pour définir leurs principaux obstacles et besoins.

2. Intégrer les contraintes des femmes comme paramètres pour assurer leur participation

La charge principale des responsabilités familiales incombe aux femmes. En conséquence, pour ¼ d'entre elles, l'articulation entre temps personnel et temps professionnel représente une difficulté majeure pour la réalisation de leur projet, si bien que les femmes sont deux fois plus nombreuses que les hommes à y renoncer pour cette raison. Selon l'[étude de l'Adie](#), en 2022 en France, 15% des femmes arrêteront leur projet en raison d'un changement de leur situation personnelle, contre 8% des hommes.

Quelques conseils pour intégrer les contraintes des femmes afin de concevoir un parcours de soutien qui les attire :

Conseil 1 : Préférez un "programme modulaire" qui permet aux femmes de choisir un cours qui les intéresse et qui correspond à leur calendrier.

Conseil 2 : si votre équipe de formateurs le peut sur le plan opérationnel, prévoyez au moins deux plages horaires pour les cours les plus importants.

Conseil 3 : Proposer un soutien individualisé en plus du soutien de groupe sur des sujets spécifiques.

Conseil 4 : donnez accès à l'agenda dès que l'appel à candidatures est communiqué, soyez clair sur le temps nécessaire pour participer au programme.

Conseil 5 : insistez sur les aspects de la mise en réseau, de l'entraide, de l'accès à une communauté de soutien - et des activités connexes.

Conseil 6 : le cas échéant, proposez de mettre l'accent sur le soutien à la recherche de financement (l'un des principaux obstacles pour les entrepreneurs et entrepreneuses, en particulier les femmes) - ou encouragez la mise en relation avec des opportunités commerciales.

Conseil 7 : Développez un contenu à la fois en face à face et en ligne.