

Annexe 5 - Tableau distinctif de la légitimité personnelle et la légitimité du projet appliquées aux répondantes

	Distinction entre légitimité personnelle et légitimité du projet	
	Légitimité personnelle	Légitimité du projet
Définition	Sentiment subjectif et interne de crédibilité	Reconnaissance externe de crédibilité du projet
Sources de légitimité	Expérience (sectorielle) : R1, R2, R8 Formation : R4, R5, R7 Modèles familiaux inspirants : R3, R9 Demande de l'audience : R9 Action : R2, R5, R6, R10 Soutien concret de l'entourage : R5, R10 Axe éco-responsable : R3, R10 Passion : R2, R4, R6, R8 Validation sociale de l'entourage : R6, R8	Qualité des produits/services : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10 Image de marque : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10 Preuves tangibles de rentabilité : R1, R2, R5, R7, R8, R9, R10
Freins à la légitimité	Manque de formation : R5 Syndrome de l'imposteur : R1, R5, R8, R9, R10 Incompréhension de l'audience : R7 Manque de soutien de l'entourage : R2, R3, R10 Sur-analyse des attentes sociales ⇔ contrée par l'insouciance : R3, R4, R6, R8	Biais (de genre) : R2, R3, R5, R7, R10
Formes de légitimité mobilisées (Suchman)	Légitimité cognitive Légitimité pragmatique Légitimité morale	Légitimité pragmatique Légitimité morale