



UNE PUBLICATION DE L'ASSOCIATION D'ÉTUDES CANADIENNES

# DIVERSITÉ

CANADIENNE



LES FEMMES ENTREPRENEURES DU CANADA :  
***VERS UN ÉCOSYSTÈME  
DIVERSIFIÉ, INCLUSIF  
ET INNOVATEUR***



## INTRODUCTION

3

Survol du numéro : Concevoir le nouvel écosystème  
MIRIAM TAYLOR

5

Créer un écosystème d'innovation et  
d'entrepreneuriat inclusif  
WENDY CUKIER, SUZANNE GAGNON ET TANIA SABA

## LA RÉALITÉ DES FEMMES EN ENTREPRISE

13

Cinq idées fausses courantes sur les femmes  
et l'esprit d'entreprise  
INGRID C. CHADWICK ET ALEXANDRA DAWSON

19

Le financement des femmes entrepreneures  
au Canada  
ZOHREH HASSANNEZHAD ET SHANNON PESTUN

## UN ÉCOSYSTÈME EN ÉVOLUTION

32

Défis et opportunités auxquels sont confrontées  
les femmes entrepreneures canadiennes en matière  
de commerce mondial  
CLARE BECKTON ET JANICE McDONALD

39

Recherche sur les obstacles à l'entrepreneuriat  
technologique féminin : une revue systématique  
de la littérature

JAIGRIS HODSON, SHANDELL HOULDEN, CHANDELL GOSSE  
ET LAURA LEFEVRE

45

Les femmes entrepreneures dans l'agriculture :  
un impact en marge

GINA GRANDY, CHRISTIE NEWTON ET AMBER FLETCHER

## LA VOIE VERS L'INCLUSION

54

L'entrepreneuriat des femmes autochtones  
au Canada

ASHLEY RICHARD ET SAMANTHA MORTON

63

Obstacles et opportunités : L'esprit d'entreprise des  
Noirs au Canada

NADINE SPENCER ET JODI-ANN FRANCIS-WALKER

73

Obstacles à l'entrepreneuriat pour les femmes  
immigrantes : Une perspective canadienne

GUANG YING MO ET RUBY LATIF

DIVERSITÉ CANADIENNE EST PUBLIÉE PAR



CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'ASSOCIATION D'ÉTUDES CANADIENNES (ÉLU LE 23 NOVEMBRE 2019)

**DRE JULIE PERRONE**

Présidente du Conseil d'administration, Directrice, Communications et Marketing, Finance Montréal, Montréal, Québec

**CELINE COOPER**

Rédactrice, *L'Encyclopédie canadienne*, Professeure, Université Concordia, Montréal, Québec

**HUBERT LUSSIER**

Ancien sous-ministre adjoint, Patrimoine Canadien, Ottawa, Ontario

**JANE BADETS**

Ancienne statisticienne en chef adjointe, Statistique Canada, Ottawa, Ontario

**GISELE YASMEEN**

Directrice exécutive, Réseau pour une alimentation durable, Montréal, Québec

**PROFESSEUR HOWARD RAMOS**

Université Dalhousie, Halifax, Nouvelle-Écosse

**L'HONORABLE MARLENE JENNINGS**

C.P., LLb., Avocate, Montréal, Québec

**MADÉLINE ZINIAK**

Consultante, Présidente, Canadian Ethnic Media Association, Toronto, Ontario

**PROFESSEUR CHEDLY BELKHODJA**

Université Concordia, Montréal, Québec

**JEAN TEILLET**

Associé, Pape Salter Teillet LLP, Vancouver, Colombie-Britannique

**PROFESSEURE JOANNA ANNEKE RUMMENS**

Université Ryerson, Toronto, Ontario

CANADIAN  
**DIVERSITÉ**  
CANADIENNE

**ÉDITEUR**

Jack Jedwab

**REDACTRICE EN CHEF**

Miriam Taylor

**TRADUCTION**

Miriam Taylor  
Laura Comboigo

**REVISION ET CORRECTION D'ÉPREUVES**

Dre Guang Ying Mo  
Dre Zohreh Hassannezhad  
Dr Mohamed Elmi  
Stefan Karajovic

**DESIGN ET MISE EN PAGE**

CAMILAHIGO, studio créatif

*Diversité canadienne* est une publication trimestrielle de l'Association d'études canadiennes (AEC). Les collaborateurs et collaboratrices de *Diversité canadienne* sont entièrement responsables des idées et opinions exprimées dans leurs articles. L'Association d'études canadiennes est un organisme pancanadien à but non lucratif dont l'objet est de promouvoir l'enseignement, la recherche et les publications sur le Canada. L'AEC est une société savante et membre de la Fédération canadienne des sciences humaines et sociales.

## COURRIER

Des commentaires sur ce numéro ?

Écrivez-nous à *Diversité canadienne* :

Diversité canadienne / AEC  
850-1980, rue Sherbrooke Ouest  
Montréal, Québec H3H 1E8

Ou par courriel à <miriam.taylor@acs-aec.ca>

Cette édition spéciale de *Diversité canadienne* est publiée en partenariat avec le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE), un réseau de 10 centres régionaux et de plus de 250 organisations établies dans le cadre de la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE) du gouvernement du Canada.

Nous désirons les remercier pour leur précieuse collaboration.

Un remerciement spécial à Wendy Cukier, la fondatrice et directrice du Diversity Institute de l'université Ryerson.

**Di**VERSITY  
**INSTITUTE**



Portail de  
connaissances  
pour les femmes  
en entrepreneuriat

Cette édition bénéficie de l'appui financier du Gouvernement du Canada par le biais de la stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE).

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

**Canada**

**Portail de connaissances pour les femmes  
en entrepreneuriat :**

[www.wekh.ca/?lang=fr](http://www.wekh.ca/?lang=fr)

**Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat :**

[www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/fra/accueil](http://www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/fra/accueil)

## SURVOL DU NUMÉRO

# CONCEVOIR LE NOUVEL ÉCOSYSTÈME

**MIRIAM TAYLOR** (PhD) est directrice des partenariats et des publications à l'Association d'études canadiennes et à l'Institut Metropolis. Elle est rédactrice en chef de *Thèmes canadiens* et de *Diversité canadienne*.

---

Créé en collaboration avec le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE), ce numéro spécial de *Diversité canadienne* intitulé « Les Femmes Entrepreneures du Canada: vers un écosystème diversifié, inclusif et innovateur » est publié en lien avec la Conférence sur les femmes en entrepreneuriat (maintenant reportée à mars 2021 en raison de la pandémie de la COVID-19). Ce numéro présente les défis structurels auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures issues de diverses communautés et œuvrant dans divers domaines; expose la nécessité de poursuivre les recherches sur les données désagrégées; et explore des approches innovantes pour corriger les inégalités existantes du système pour le bien de l'économie dans son ensemble.

Dans leur introduction, Wendy Cukier, Suzanne Gagnon et Tania Saba, soulignent les façons dont le cadre social et économique actuel limite le plein potentiel des femmes entrepreneures. Elles appellent à une approche systémique qui comprend les besoins et les défis spécifiques des femmes afin de prévoir les interventions nécessaires pour permettre aux femmes de s'intégrer pleinement dans un écosystème favorisant l'innovation et la réussite.

La revue est divisée en trois sections:

- La réalité des femmes dans l'entreprise;
- Un écosystème en évolution; et
- La voie vers l'inclusion.

La section (1) débute avec un article d'Ingrid C. Chadwick et Alexandra Dawson, qui présentent cinq idées fausses courantes sur les femmes et l'entrepreneuriat. Le fait de souligner l'inexactitude de ces idées fausses est important en soi, mais en les exposant, les auteures réussissent également à mettre en évidence les contraintes structurelles qui ont engendré ces stéréotypes – une première étape indispensable si nous voulons vraiment changer les attitudes et les perceptions. Un deuxième article, rédigé par Zohreh Hassannezhad et Shannon Pestun, consiste en un aperçu très complet des différents modèles et types de financement disponibles pour les femmes entrepreneures. L'article examine les obstacles systémiques et culturels que les femmes rencontrent dans la recherche et l'obtention de financements et identifie les nouvelles approches et initiatives visant à faciliter l'accès aux fonds.

La section (2) examine les activités entrepreneuriales des femmes dans les domaines du commerce mondial, de la technologie et de l'agriculture. Dans leur article sur les défis et les opportunités rencontrés par les femmes entrepreneures canadiennes dans le commerce mondial, Clare Beckton et Janice McDonald ne se contentent pas d'exposer les défis importants auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures engagées dans le commerce international. Elles mettent en évidence les grands avantages pour l'économie dans l'ensemble que de faciliter l'accès des femmes à l'import/export.

En ce qui concerne les obstacles à l'entrepreneuriat technologique féminin, Jaigris Hodson, Shandell Houlden, Chandell

Gosse et Laura Lefevre font ressortir dans leur analyse le manque perçu de légitimité des femmes en matière d'entrepreneuriat technologique, un univers qui demeure dominé par une culture centrée sur les hommes. Elles recommandent « de mettre en branle des initiatives à plusieurs niveaux, afin de prendre en compte les problèmes de culture, d'accès aux ressources, d'éducation et de changement de politique ». Selon les auteures, la mise en place d'outils supplémentaires et la création de possibilités de formation sont essentielles pour faciliter l'égalité d'accès des femmes, en particulier celles qui se trouvent dans la précarité de l'économie naissante de la gigue.

Dans un article sur les femmes entrepreneures en agriculture, Gina Grandy, Christie Newton et Amber Fletcher constatent le manque de connaissances sur les femmes entrepreneures dans le secteur agricole et déplorent le fait que les contributions de ces femmes soient souvent négligées et occultées. Elles repèrent les obstacles qui subsistent dans les sphères du financement, de la mise en réseau, de la formation et de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Elles soulignent l'importance de comprendre les défis et les opportunités spécifiques auxquels font face les femmes, et de tenir compte de l'intersectionnalité et des différences territoriales, si nous souhaitons réellement sortir les femmes de la marginalité. En effet, les auteures décrivent cette sous-représentation des femmes comme une occasion ratée. Les nouvelles idées et les pratiques innovantes dont font preuve les femmes améliorent non seulement l'industrie elle-même, mais représentent des gains sociaux et économiques importants pour la société dans son ensemble.

La section (3) examine les défis intersectionnels auxquels font face les femmes entrepreneures autochtones, noires et immigrantes et identifie les mesures à prendre pour leur permettre de s'épanouir et de contribuer à leur plein potentiel. Malgré une pléthore d'obstacles, expliquent Ashley Richard et Samantha Morton, l'entrepreneuriat autochtone croît deux fois plus rapidement que celui des femmes non autochtones. Cependant, un soutien supplémentaire fait défaut et est cruellement nécessaire. Ces programmes doivent être élaborés dans le respect des normes et des préférences culturelles. L'empathie et le tissage de liens personnels, par exemple, sont des éléments indispensables à la mise en œuvre de tout programme réussi destiné aux femmes entrepreneures autochtones.

Nadine Spencer et Jodi-Ann Francis-Walker identifient les facteurs structurels qui limitent le potentiel de croissance des entrepreneurs noirs, tels que l'accès au financement, le manque de capital social, la richesse intergénérationnelle limitée et la rareté des modèles de référence. Pour briser les limites imposées par ces barrières, expliquent les auteures, l'une des clés consiste à s'éloigner des tendances à l'homogénéisation de la communauté noire. Si nous ne prenons pas pleinement en compte « les différences au niveau de la

culture, des expériences historiques et des défis rencontrés par ceux qui sont nés au Canada par rapport à ceux qui ont immigré au Canada, qui ont également des identités et des expériences culturelles distinctes », nous ne comprendrons jamais les dynamiques de l'expérience des Noirs. Il est essentiel de renforcer les capacités dès le début en donnant accès à un mentorat, à un encadrement et un parrainage culturellement adaptés. Favoriser la création d'un noyau de jeunes entrepreneurs en puissance ajoutera au répertoire des mentors disponibles dans la communauté. À l'instar d'autres experts, les auteures déplorent la disponibilité limitée de données désagrégées, si cruciales pour aborder les causes profondes des problèmes.

Dans leur article sur les obstacles à l'entrepreneuriat pour les femmes immigrantes, Guang Ying Mo et Ruby Latif évoquent également le poids des obstacles structurels et proposent la nécessité d'une approche multiniveau permettant aux femmes immigrantes d'aller au-delà des défis pour atteindre leurs objectifs au sein de l'écosystème, en partant du renforcement des capacités à la mise en réseau, des politiques à la culture, de la langue à la technologie.

# CRÉER UN ÉCOSYSTÈME D'INNOVATION ET D'ENTREPRENEURIAT INCLUSIF

**WENDY CUKIER**, MA, MBA, PhD, DU (HC), LLD (HC), MSC, est l'une des principales expertes canadiennes en matière de technologies de rupture, de processus d'innovation et de diversité. Elle est la fondatrice du Diversity Institute de l'Université Ryerson, qui dirige de nombreux projets visant à promouvoir la participation et la promotion des groupes sous-représentés, notamment les femmes, les personnes racialisées et les peuples autochtones. Mme Cukier a aidé des organisations à devenir plus inclusives grâce à des programmes novateurs tels que DiversityLeads, financés par le Conseil de recherches en sciences humaines, qui suit les progrès, les obstacles et les stratégies fondées sur des données probantes pour promouvoir la diversité dans les organisations.

**SUZANNE GAGNON** est professeure agrégée et titulaire de la chaire Canada Life en leadership à l'Asper School of Business, Université du Manitoba, où elle dirige également le James W. Burns Leadership Institute. Une théoricienne de l'organisation, la recherche de la Dre Gagnon examine le leadership émergent et décentralisé, la diversité, l'inclusion, l'innovation et la représentation des genres. Ses travaux sont publiés dans les principaux périodiques d'organisation et de gestion. La Dre Gagnon codirige le centre manitobain du Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE) et a aidé une myriade d'organisations par le biais de programmes novateurs tels que le programme DiversityLeads (2011-2017). Elle siège aux comités de rédaction des études de l'organisation, du leadership et de la gestion de l'apprentissage.

**TANIA SABA** est la fondatrice et titulaire de la Chaire BMO en diversité et gouvernance et est professeure titulaire à l'École de relations industrielles de l'Université de Montréal. Tania est une experte et a publié de nombreux ouvrages sur les questions de gestion de la diversité et de vieillissement de la main-d'œuvre, les écarts de valeur entre les générations, le transfert de connaissances, les compétences futures, la transformation des relations de travail et l'organisation du travail. Ses publications sont primées. Elle collabore à de grands projets de recherche avec des organismes publics et privés sur les questions d'insertion professionnelle et d'adaptation des groupes défavorisés. Tania supervise le Chapitre francophone du Québec et du Canada pour le programme Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE) de Ryerson. Elle est membre du CRIMT (Centre interuniversitaire de recherche sur la Mondialisation et le travail), le CÉRIUM (Centre d'études internationales de Montréal) et OBVIA (Observatoire international sur les impacts sociaux de l'IA et des technologies numériques).

## INTRODUCTION

Au Canada, les petites et moyennes entreprises (PME) représentent la majorité des emplois du secteur privé et l'entrepreneuriat est considéré comme un moteur de la croissance économique (Gouvernement du Canada, 2019). De nombreuses recherches établissent un lien entre la diversité et l'inclusion, d'une part, et l'innovation et la performance des entreprises, d'autre part. Par exemple, une étude de la RBC suggère qu'une augmentation de 10 % des PME détenues par des femmes pourrait ajouter 198 milliards de dollars au PIB canadien (Cooper, 2013). Toutefois, l'écosystème de l'entrepreneuriat

au Canada comporte encore des obstacles pour les femmes<sup>1</sup> entrepreneures, les entrepreneurs racialisés et immigrants, et les entrepreneurs autochtones.

Cela n'atténue pas les aspirations entrepreneuriales de la diversité canadienne : de nombreuses études démontrent que les immigrants sont plus susceptibles d'être entrepreneurs, parfois parce qu'ils se sentent « poussés » ou exclus d'un emploi traditionnel, mais plus souvent parce qu'ils sont « attirés » par une opportunité irrésistible (Diversity Institute, 2017). En fait, une étude de Cukier et al. (2017) montre que 81 % des immigrants choisiraient l'entrepreneuriat même si

1 Par femmes, nous entendons celles qui s'identifient comme « femmes » en termes de genre, à distinguer de celui du sexe ; notre étude inclut les femmes cis, les femmes transgenres et les autres femmes.

d'autres possibilités d'emploi étaient disponibles. En outre, 34,7 % de toutes les entreprises en démarrage sont créées par des immigrants de première génération en Ontario (Davis et al., 2013), et les entreprises appartenant à des immigrants sont plus susceptibles de mettre à profit leurs relations internationales et de se tourner vers l'exportation (Zolin & Schlosser, 2013). La recherche est complexe ; il ne fait aucun doute que de nombreuses femmes et divers Canadiens sont surreprésentés dans l'économie par contrat (gig economy) par nécessité plutôt que par choix, car ils sont discriminés et leur mobilité sur le marché du travail est bloquée (Dheer, 2018).

« Les immigrants sont plus susceptibles d'être entrepreneurs, parfois parce qu'ils se sentent "poussés" ou exclus d'un emploi traditionnel, mais plus souvent parce qu'ils sont "attirés" par une opportunité irrésistible. »

Dans l'ensemble, les entreprises canadiennes doivent être encouragées à innover, à croître et à s'attaquer aux marchés mondiaux si elles veulent se développer. On dit souvent que le Canada n'a pas un problème de démarrage, mais plutôt un problème d'expansion (Cukier et al., 2020). Il est important de comprendre les obstacles auxquels sont confrontées les entreprises dirigées par des femmes et des entrepreneurs issus de la diversité, ainsi que les soutiens dont ceux-ci ont besoin pour survivre et prospérer – en particulier dans un environnement post-COVID-19 qui a eu un impact disproportionné sur les femmes. Bien qu'il existe une variété de programmes de formation à l'entrepreneuriat, d'incubateurs, de programmes de développement et d'options de financement au Canada, les femmes entrepreneures se heurtent actuellement à des obstacles pour accéder aux soutiens (Cukier & Chavoushi, 2020). Les recherches montrent également que les entrepreneurs issus de la diversité, tels que les immigrants, les autochtones et les Noirs, ont moins accès au financement et à d'autres formes de soutien (voir : Carrington, 2006 ; Constantinidis et al., 2006 ; Lee & Black, 2017). Cette situation a des répercussions sur l'ensemble de l'économie. Alors que les femmes et les entrepreneurs de diverses origines apportent au marché des idées, des services, des produits et des approches nouvelles et originales, ils sont souvent confrontés à des difficultés pour lancer et développer leur entreprise en raison d'obstacles structurels. Par exemple, les femmes ne représentent que 16 % des propriétaires majoritaires de PME, alors qu'elles constituent 37,4 % des travailleurs indépendants canadiens, soit un total de plus d'un million de femmes (Statistique Canada, 2020). Elles sont également surreprésentées dans les secteurs des services (santé et beauté, alimentation et hospitalité), et sousreprésentées dans les secteurs technologiques et manufacturiers, qui sont souvent plus propices à une forte croissance et à l'exportation. Les femmes entre-

preneures constituent également la majorité des travailleurs indépendants dans les secteurs des soins de santé et de l'assistance sociale (69,7 %), des services éducatifs (66 %) et des autres services (55,2 %) et sont moins susceptibles d'avoir des entreprises incorporées (ISED, 2018). Bien que les écarts se réduisent, les entreprises dirigées par des femmes sont moins susceptibles de connaître une forte croissance que celles détenues par des hommes et sont légèrement moins susceptibles de se lancer dans l'exportation (ISED, 2018). Elles ont tendance à avoir des opérations plus petites et plus récentes et à être sous-financées. Tous ces facteurs font en sorte que les entreprises dirigées par les femmes sont beaucoup plus touchées par la COVID-19 et moins en mesure d'accéder aux aides. On observe des tendances similaires lorsque l'on examine les entrepreneurs autochtones et les entrepreneurs qui s'identifient comme étant noirs.

Une enquête récente illustre les défis auxquels sont confrontées femmes entrepreneures issues de la diversité en raison de la COVID-19 au Québec (Saba & Cachat-Rosset, 2020). Dans certains cas, l'expérience des entrepreneurs immigrants et de diverses origines raciales est comparable à celle des autres entrepreneurs, mais dans d'autres cas, les femmes entrepreneures de diverses origines se retrouvent dans des situations plus difficiles. Elles se trouvent indéniablement dans des situations financières plus précaires en raison de la crise, tout en étant confrontées à des obstacles à l'accès au financement. Alors que les femmes entrepreneures ont, en général, un grand besoin de soutien pour redresser leur entreprise ou la développer, les femmes entrepreneures issues de la diversité font état de besoins nettement plus importants en termes d'expertise et de développement des compétences, de soutien à l'adaptation de leurs produits et services, et d'orientation pour le passage au numérique.

Grâce en partie à la Stratégie pour l'entrepreneuriat féminin (WES) du gouvernement, qui vise à doubler le nombre d'entreprises détenues par des femmes d'ici 2025, on accorde une attention croissante aux femmes et aux entrepreneurs de diverses origines ; cependant, des lacunes subsistent dans la recherche. Le gouvernement du Canada a également annoncé des aides ciblées pour les entrepreneurs autochtones et noirs, mais davantage de données de base sont nécessaires pour évaluer « ce qui fonctionne ». Ce numéro spécial donne un aperçu de certaines des questions qui doivent être approfondies, comme la nécessité de remettre en question les démarches actuelles de réflexion sur les femmes entrepreneures, ainsi que les défis auxquels elles sont confrontées à de nombreux niveaux de l'écosystème, et les problèmes particuliers auxquels sont confrontées les femmes dans le domaine de la technologie. Nous abordons également les expériences uniques des entrepreneurs immigrants, des entrepreneurs noirs, des entrepreneurs autochtones et de ceux des communautés rurales afin de souligner l'importance d'une enquête plus approfondie et de la nécessité de disposer de données désagrégées.



## VERS UN ÉCOSYSTÈME D'INNOVATION INCLUSIF

« Bon nombre des modèles et des hypothèses qui sous-tendent la réflexion actuelle sur l'innovation et l'entrepreneuriat sont très sexospécifiques et culturellement encadrés. Par conséquent, la manière même dont nous pensons à l'entrepreneuriat et à l'innovation peut avoir la conséquence involontaire d'exclure de larges segments de la population. »

Beaucoup d'encre a coulé sur l'importance de créer les conditions nécessaires pour soutenir l'esprit d'entreprise. On a également beaucoup écrit sur la manière dont les écosystèmes interconnectés des organisations peuvent créer un contexte dans lequel les entrepreneurs et les PME détenues par des femmes sont en mesure de prospérer (voir : Cukier et al., 2020 ; Cafley et al., 2020). La recherche sur les écosystèmes entrepreneuriaux mondiaux accorde la priorité aux établissements d'enseignement supérieur en tant que moteurs de l'innovation et de l'entrepreneuriat par la commercialisation des technologies. Elle se concentre également sur la manière dont les infrastructures et les politiques gouvernementales peuvent favoriser ou entraver l'esprit d'entreprise (GEM, 2017). Bon nombre des modèles et des hypothèses qui sous-tendent la réflexion actuelle sur l'innovation et l'entrepreneuriat sont très sexospécifiques et culturellement encadrés (Beckton et al., 2016 ; PwC, 2018). Par conséquent, la manière même dont nous pensons à l'entrepreneuriat et à l'innovation peut avoir la conséquence involontaire d'exclure de larges segments de la population. Par exemple, la culture et les valeurs ont un impact profond sur le contexte de l'entrepreneuriat (Cukier, et al., 2014).

« Si les organisations qui soutiennent les femmes entrepreneures au Canada ont fait d'importants progrès au cours des deux dernières décennies, les ressources dont disposent les femmes – en particulier les femmes racialisées et les femmes autochtones – ne sont pas aussi importantes que celles dont disposent les personnes considérées comme des entrepreneurs à profil dominant ou classique. »

En s'appuyant sur son modèle écologique de changement, le Diversity Institute applique une optique de genre et de diversité pour comprendre les obstacles systémiques et identifier les points de levier permettant de provoquer le changement vers un écosystème d'innovation inclusif (Cukier et al., 2020). Le modèle écologique considère l'écosystème à partir du macro-niveau, du méso-niveau et du micro-niveau. Le niveau

macro comprend la politique gouvernementale, la planification, la fiscalité, les normes sociales et l'infrastructure, qui ont toutes une incidence sur les possibilités offertes aux entrepreneurs. Au niveau méso, les organisations peuvent jouer un rôle important dans l'écosystème de l'entrepreneuriat en soutenant la R&D, la formation, le financement et en fournissant aux parties prenantes des aides liées à l'entreprise. Il existe plus de 2500 de ces organisations au Canada et leurs politiques et pratiques ont un impact profond sur les opportunités offertes aux entrepreneurs à chaque étape de leur développement. L'outil d'évaluation de la diversité (Cukier & Smarz, 2012) est particulièrement bien adapté à cette fin. L'outil d'évaluation de la diversité évalue les pratiques, les politiques et les processus organisationnels de manière exhaustive. Il examine tous les aspects des activités d'une organisation, allant de la gouvernance, des ressources humaines et de la culture à l'approvisionnement, en passant par la conception des produits et des programmes, le marketing et les communications. Grâce à ce cadre, une organisation peut évaluer ses activités pour mieux soutenir diverses femmes entrepreneures au niveau méso. Enfin, au niveau micro, il est essentiel de prendre en compte les connaissances, les croyances et les comportements des femmes entrepreneures. Il est important de réfléchir à la manière de renforcer l'intérêt et les capacités des femmes et de communautés diverses en matière d'entrepreneuriat, tout en remettant en question les préjugés, la discrimination et les micro-agressions auxquels elles sont confrontées de la part des autres membres de l'écosystème. Pour accroître les opportunités pour les femmes et les entrepreneurs, une stratégie intégrée doit s'appuyer sur des faits et doit cibler les leviers permettant de favoriser des transformations concrètes dans l'écosystème. Si les organisations qui soutiennent les femmes entrepreneures au Canada ont fait d'importants progrès au cours des deux dernières décennies, les ressources dont disposent les femmes – en particulier les femmes racialisées et les femmes autochtones – ne sont pas aussi importantes que celles dont disposent les personnes considérées comme des entrepreneurs à profil dominant ou classique (Cukier et al., 2020 ; Cafley et al., 2020).

## DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE INTÉGRÉE POUR « JOINDRE LE GESTE À LA PAROLE »

De nombreux écrits ont été consacrés aux questions des stéréotypes de genre dans le leadership, la gestion et l'expertise, mais ce phénomène n'est nul part aussi prononcé qu'en entrepreneuriat. Le terme « innovation » tend à être assimilé à la technologie, ce qui exclut de nombreuses innovations proposées dans d'autres domaines où les femmes entrepreneures sont plus présentes, comme les arts et les industries créatives, l'entrepreneuriat social, l'industrie des services, l'hébergement et les services de restauration (Cukier et al., 2020). L'exclusion se produit malgré la nature intrinsèquement entrepreneuriale

de l'art indépendant (Brodman & Berazneva, 2008) et de l'innovation sociale (Phills et al., 2008). Rien dans la définition de l'entrepreneuriat ne le limite à la technologie ou aux entreprises à but lucratif. Les entrepreneurs recherchent simplement des opportunités qu'ils peuvent exploiter (Stevenson, 1983; Drucker, 1985). Dans une perspective plus large, l'entrepreneuriat est un phénomène multi-niveau qui implique tous les niveaux de la société – régions, organisations et individus – dans le but de créer de la richesse (George & Zahra, 2002) ou de changer la société (Desa, 2010). Cependant, la forte association de l'entrepreneuriat et de l'innovation avec un ensemble étroit d'activités imprègne notre société et façonne les politiques et les programmes offerts aux entrepreneurs, ce qui entraîne des obstacles pour les femmes et pour les entrepreneurs de diverses origines.

En étudiant les discours sur les entrepreneurs, il est impossible de ne pas remarquer qu'ils sont sexués et orientés vers l'innovation technologique (Beckton et al., 2016). L'image célébrée de l'entrepreneur est celle d'un homme non racialisé dans le secteur technologique. Ces stéréotypes excluent les femmes et les innovations des femmes entrepreneures et créent un système dans lequel les femmes sont sous-représentées à chaque étape du parcours entrepreneurial (PwC, 2018). Ces stéréotypes, qui sont largement renforcés et reproduits dans les médias, ont un impact sur la façon dont les programmes sont conçus et sur les expériences des femmes entrepreneures qui y naviguent. Fondamentalement, les stéréotypes empêchent également les femmes d'aspirer à devenir des entrepreneurs étant donné que tout ce qu'elles voient et entendent les exclut, et les modèles qui leur ressemblent sont introuvables (Hamilton, 2013; Mundy, 2014).

« Le nombre de femmes entrepreneures augmente plus rapidement que celui des hommes, mais elles sont encore sous-représentées et sont confrontées à des discriminations et des inégalités dans les domaines des sciences, des technologies, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). »

Alors que les hommes occupent l'image prédominante de l'entrepreneur technologique, cette image est trompeuse. Selon une étude récente, plus de la moitié des entreprises en ligne récemment lancées sont détenues par des femmes (PayPal Canada et Barraza & Associates, 2018). Le nombre de femmes entrepreneures augmente plus rapidement que celui des hommes, mais elles sont encore sous-représentées et sont confrontées à des discriminations et des inégalités dans les domaines des sciences, des technologies, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). Les préjugés sexistes sont encore très présents dans l'industrie technologique, et il est difficile pour les femmes d'accéder à une formation et à un soutien appropriés, et de lever des capitaux.

L'élimination des stéréotypes culturels à de multiples niveaux est l'un des défis les plus difficiles à relever pour développer l'entrepreneuriat féminin, car ce phénomène est très répandu et affecte les politiques gouvernementales, l'éducation à l'entrepreneuriat, les pratiques organisationnelles ainsi que les croyances et les comportements individuels (Cukier & Chavoushi, 2020). Par exemple, dans de nombreuses cultures, l'entrepreneuriat est le domaine des hommes. Le comportement entrepreneurial est considéré comme un trait « masculin », et les femmes sont perçues comme « peu enclines au risque » et « indignes de confiance » (Jennings & Brush, 2013). Ces stéréotypes culturels entraînent également des différences dans la manière dont les hommes et les femmes évaluent les opportunités commerciales (Gupta et al., 2014) et aussi dans la manière dont ils sont jugés. Des arguments identiques présentés par des hommes et des femmes entrepreneurs, par exemple, produisent des résultats très différents (Balachandra et al., 2019). Cette définition de l'esprit d'entreprise est si profondément ancrée que la plupart des femmes ne s'y identifient pas immédiatement. Ceci est particulièrement vrai pour les peuples autochtones. Par exemple, si on leur demande « voulez-vous créer une entreprise », de nombreux entrepreneurs autochtones répondront non; en revanche, si on leur demande « voulez-vous soutenir votre communauté », ils répondront oui (CCAB, 2016). De même, les femmes sont plus susceptibles de s'identifier comme des « agentes de changement » ou comme des artistes plutôt que comme des entrepreneurs, même si ces activités sont intrinsèquement entrepreneuriales.

« Les stéréotypes et les préjugés conduisent à un autre obstacle majeur auquel sont confrontées les femmes entrepreneures : l'accès au financement. Les femmes sont sous-représentées parmi les décideurs. Elles ne représentent que 15,2 % des associés et 11,8 % des associés directeurs des sociétés de capital-risque au Canada, ce qui peut transformer les femmes entrepreneures en " emprunteurs découragés ". »

Les difficultés rencontrées par les femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat vont du manque de formation et de mentorat à la difficulté de trouver des capitaux en raison de préjugés sexistes. L'écosystème des entreprises en démarrage est principalement caractérisé par une « culture de mecs alpha » (Korreck, 2019). Ainsi, les femmes sont moins enclines à participer à l'entrepreneuriat technologique. La culture d'entreprise masculine est souvent citée comme un obstacle à la réussite des femmes en tant qu'entrepreneurs (Korreck, 2019). Les différences de connectivité, de densité et de force des réseaux entre les parties prenantes, ainsi que la formation de groupes socialement séparés, peuvent avoir un impact sur l'intégration d'un environnement entrepreneurial (Neumeier

et al., 2019). Pourtant, l'approche conventionnelle des études sur l'esprit d'entreprise ne considère souvent ces questions que de manière isolée, au lieu d'examiner le système et les questions critiques interdépendantes qui le constituent. La domination des hommes dans le secteur des technologies rend celui-ci socialement inhospitalier pour les femmes et entraîne une rareté des modèles féminins dans ce domaine (Ezzedeen & Zikic, 2012).

Les stéréotypes et les préjugés conduisent à un autre obstacle majeur auquel sont confrontées les femmes entrepreneures : l'accès au financement. Les femmes sont sous-représentées parmi les décideurs. Elles ne représentent que 15,2 % des associés et 11,8 % des associés directeurs des sociétés de capital-risque au Canada, ce qui peut transformer les femmes entrepreneures en « emprunteurs découragés » (Prasad, 2009). En fin de compte, les femmes entrepreneures cherchent et reçoivent moins de financement que les hommes (32,6 % contre 38 %) et plus de 83 % des PME détenues par des femmes utilisent des sources de financement personnelles pour démarrer leur entreprise (Cukier et al., 2020). Ce phénomène n'est pas limité au Canada. À l'échelle mondiale, la recherche met en évidence les obstacles liés au sexe pour l'accès des femmes au financement (Constantinidis et al., 2006). Afin de formuler des recommandations concrètes, il est nécessaire d'approfondir les recherches sur le contexte canadien.

Les femmes entrepreneures sont également confrontées à des défis en matière d'exportation. Toutefois, on observe une tendance positive ces dernières années ; le nombre d'entreprises appartenant à des femmes qui exportent leurs biens et services a presque doublé entre 2011 et 2017, passant de 5,7 % à 10,8 %. Au cours de cette même période, l'augmentation enregistrée par les entreprises appartenant à des hommes a été beaucoup plus modeste, passant de 11,8 % en 2011 à 13,6 % en 2017 (ISED, 2018). Cette forte augmentation est en partie associée à des changements sectoriels, ce qui renforce la conclusion selon laquelle de nombreux obstacles sont structurels. Il est plus difficile pour les femmes entrepreneures d'exporter dans certains secteurs (où elles sont souvent surreprésentées) (Cukier et al., 2020). En effet, l'augmentation du nombre d'entreprises exportatrices détenues par des femmes s'accompagne d'une augmentation des échanges internationaux dans le secteur manufacturier et le commerce de gros et d'une diminution des services d'hébergement et de restauration.

Au niveau individuel, la recherche suggère que les stéréotypes affectent l'intention entrepreneuriale, les préférences de carrière et la réceptivité aux nouvelles opportunités d'affaires. Une personnalité proactive, l'auto-efficacité et la créativité entrepreneuriales sont toutes positivement corrélées aux intentions entrepreneuriales (par exemple, Fuller et al., 2018 ; Gupta & Bhawe, 2007). L'intention et le comportement entrepreneurial peuvent être influencés par des variables sociales et psychologiques (motif, ensemble de valeurs et attitudes), ainsi que par des caractéristiques démographiques

personnelles (âge, éducation formelle, expérience familiale et professionnelle, état civil et sexe) (Robichaud et al., 2018). Le processus de socialisation (famille, éducation formelle et informelle, expériences professionnelles, etc.) ajoute également une couche supplémentaire au processus de développement de l'intention entrepreneuriale. Cependant, les barrières au niveau sociétal et organisationnel affectent également les croyances et les comportements individuels des femmes. Les barrières systémiques peuvent décourager les entrepreneurs potentiels.

Comment surmonter les obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures ? La diversité est un atout commercial et une bonne gestion des affaires consiste souvent à mesurer les performances – « ce qui est mesuré, est fait » (Cukier et al., 2020). Il doit y avoir un cadre pour évaluer les stratégies visant à faire progresser l'entrepreneuriat féminin. Les femmes entrepreneures sont définies de nombreuses façons, et de nombreuses femmes indépendantes qui sont des entrepreneures ne s'identifient pas comme telles, ce qui complique l'élaboration d'approches pour évaluer la diversité et l'inclusion. L'évaluation de l'écosystème de l'innovation et de l'entrepreneuriat nécessite une approche à volets multiples, inclusive et intersectionnelle.

« Les "femmes entrepreneures" ne constituent pas un groupe monolithique, et nous devons veiller à en tenir compte lors de l'élaboration des systèmes et des politiques. »

## LA NÉCESSITÉ D'APPLIQUER UNE OPTIQUE INTERSECTIONNELLE

Les « femmes entrepreneures » ne constituent pas un groupe monolithique, et nous devons veiller à en tenir compte lors de l'élaboration des systèmes et des politiques. Les recherches sur les femmes entrepreneures de divers horizons permettent de recueillir de riches témoignages sur le moment et les raisons pour lesquelles elles ont choisi de devenir entrepreneures (Diversity Institute 2017 ; Aldrich & Waldinger, 1990 ; Dheer, 2018 ; Hou & Wang, 2011). Par exemple, les femmes immigrantes deviendront souvent chefs d'entreprise parce qu'elles sont exclues des marchés du travail traditionnels. Selon Cukier et al. (2020), elles se lancent également dans l'entrepreneuriat en raison de la discrimination dont elles font l'objet et du manque de mobilité sur le marché du travail au Canada (Dheer, 2018).

Les entrepreneurs immigrants constituent une part importante de l'économie canadienne. Dans certains groupes ethniques d'immigrants, le taux de travail autonome des femmes est supérieur à la moyenne nationale canadienne, car le travail autonome présente un potentiel d'indépendance économique et une alternative lorsque les obligations culturelles ou familiales rendent moins pratique l'exercice d'un emploi traditionnel

(Hou & Wang, 2011). Toutefois, comme dans le cas des femmes entrepreneures en général, les femmes immigrantes chefs d'entreprise se heurtent à des obstacles allant du manque de soutien au manque d'outils qui les aideraient à développer leur entreprise. Cela est vrai même si l'on tient compte du fait que les immigrants ont souvent des diplômes supérieurs à la moyenne, des niveaux d'intention entrepreneuriale plus élevés, des aptitudes supérieures, une connaissance des marchés et des réseaux mondiaux, des liens communautaires importants et un capital social (Dheer, 2018). Malgré ces qualifications, les femmes immigrantes chefs d'entreprise sont confrontées à des obstacles supplémentaires liés au fait d'être femmes et immigrantes.

« Les définitions sont importantes ; le travail autonome doit être inclus dans l'entrepreneuriat, car il a un impact considérable sur les activités qui sont comptabilisées et soutenues par les politiques et les programmes de formation pour les entrepreneurs. »

Les femmes entrepreneures autochtones constituent un autre groupe qui doit faire l'objet d'une étude plus approfondie dans une optique intersectionnelle. Le manque de ressources, d'infrastructures et d'opportunités dans les réserves augmente les obstacles pour ce groupe. Les femmes autochtones sont plus susceptibles que les autres femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat, en particulier lorsqu'elles exercent une activité autonome (Cukier et al., 2020). Cela est vrai même si les peuples autochtones dans leur ensemble font état de taux d'entrepreneuriat plus faibles. Comme indiqué précédemment, les définitions sont importantes ; le travail autonome doit être inclus dans l'entrepreneuriat, car il a un impact considérable sur les activités qui sont comptabilisées et soutenues par les politiques et les programmes de formation pour les entrepreneurs.

Si les agriculteurs représentent un exemple de longue date de l'esprit d'entreprise au Canada, ils sont souvent complètement écartés des discussions sur l'entrepreneuriat et la diversité. Alors que le secteur agricole reste assez patriarcal, les femmes entrepreneures sont également actives dans le secteur (Contzen & Forney, 2016). Dans le secteur agricole, les femmes sont sous-représentées en tant que propriétaires majoritaires d'exploitations agricoles, même si elles ont souvent partagé la propriété avec leurs partenaires (CCRHA, 2019). Dans ce secteur, les agriculteurs dépendent fortement des institutions financières pour leurs capitaux. Ils ont besoin de capitaux pour fonctionner, mais ils ont également besoin de capitaux car ils sont beaucoup plus vulnérables aux catastrophes que les entrepreneurs d'autres secteurs. Dans les collectivités rurales et nordiques du Canada, il existe plusieurs obstacles évidents à l'entrepreneuriat, notamment

le manque d'infrastructures appropriées, d'accès à la formation, de confiance en soi, ainsi qu'un système à géométrie variable au détriment des femmes (Saugeres, 2002 ; Wright et Annes, 2016 ; CCRHA, 2015).

« Ce qui est nécessaire pour faire progresser la diversité et l'inclusion dans l'écosystème de l'entrepreneuriat et de l'innovation est une approche systémique qui applique une évaluation rigoureuse et appropriée. »

## CONCLUSIONS ET IMPLICATIONS

Les problèmes sont multidimensionnels et multiformes, et les enjeux sont énormes. Il n'existe pas de solution simple qui permette de créer soudainement un écosystème entrepreneurial diversifié et inclusif. Nous devons nous concentrer sur une approche à plusieurs niveaux qui favorisera un changement concret et transformateur, en particulier dans le contexte de la COVID-19, qui a eu un impact disproportionné sur les femmes entrepreneures. Sur la base d'un récent rapport de Cukier et al. (2020), les principales recommandations sont les suivantes :

- Combattre les stéréotypes en changeant les discours et en mettant en avant les femmes et les divers modèles à suivre ;
- Promouvoir des actions positives, telles que des objectifs et des programmes de diversité des fournisseurs pour les femmes et les communautés diversifiées dans le domaine de l'approvisionnement, et s'assurer de définir les entrepreneurs de manière à inclure le travail autonome ;
- combler les lacunes des politiques et des programmes au niveau sociétal ;
- Appliquer une optique de genre et de diversité et collecter des données désagrégées sur les impacts de la COVID-19, ainsi que sur les programmes de soutien aux entrepreneurs ;
- Veiller à ce qu'une attention suffisante soit accordée aux mesures de soutien telles que des services de garde d'enfants abordables et accessibles et des aides à la scolarisation des enfants à domicile, qui sont particulièrement importantes pour les femmes immigrantes ;
- envisager des approches innovantes pour répondre aux besoins des femmes – financement de groupe, micro-subventions, conseils personnalisés, mentorat et parrainage ;

- Utiliser des leviers, tels que les instruments de financement, la défense des droits, les pratiques organisationnelles, et les rendre plus inclusifs ;
- aborder les questions individuelles qui affectent les comportements, les perceptions et les choix afin de s'assurer que les femmes voient des opportunités ;
- Évaluer rigoureusement les meilleures pratiques afin d'élaborer une stratégie cohérente.

Ce qui est nécessaire pour faire progresser la diversité et l'inclusion dans l'écosystème de l'entrepreneuriat et de l'innovation est une approche systémique qui applique une évaluation rigoureuse et appropriée. Ce faisant, il est possible d'obtenir des informations et de mieux comprendre les types d'intervention qui améliorent l'écosystème à tous les niveaux au Canada. La COVID-19 a un impact sur tout le monde, mais nous devons nous assurer que les femmes ne sont pas touchées de manière disproportionnée et que leurs efforts vers la pleine inclusion continue de progresser.

## REFERENCES

- Aldrich, H., & Waldinger, R. (1990). « Ethnicity and entrepreneurship ». *Annual Review of Sociology*, 16, 111 – 135.
- Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K. & Brush, C. (2019). « Don't Pitch Like a Girl!: How Gender Stereotypes Influence Investor Decisions ». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 116 – 137
- Beckton, C., McDonald, J., & Marquis-Bissonnette, M. (2016). « Everywhere, every day innovating: Women entrepreneurs and innovation ». The Beacon Agency. [https://phasenynce.com/wp-content/uploads/2018/04/beacon\\_womens\\_report\\_eng\\_web.pdf](https://phasenynce.com/wp-content/uploads/2018/04/beacon_womens_report_eng_web.pdf).
- Brodman, J., & Berazneva, J. (2008). « Transforming opportunities for women entrepreneurs ». *Information Technologies & International Development*, 4(2), 3-10.
- Cafley, J., Davey, K., Saba, T., Blanchette, S., Latif, R., & Sitnik, V. (2020). « Economic Equality in a Changing World: Removing Barriers to Employment for Women ». Public Policy Forum. <https://ppforum.ca/wp-content/uploads/2020/09/RemovingBarriersToEmploymentForWomen-PPF-Sept2020-EN.pdf>.
- CAHRC. (2019). « Fast Facts ». Canadian Agricultural Human Resource Council. <https://cahrc-ccrha.ca/programs/agridiversity/agriwomen/fast-facts>
- CAHRC. (2015). « Options and Opportunities for Attracting Non-Traditional Workers to the Agricultural Industry ». Canadian Agricultural Human Resource Council. [https://cahrc-ccrha.ca/sites/default/files/files/Labour-Employment/Final%20Report\\_31Mar15.pdf](https://cahrc-ccrha.ca/sites/default/files/files/Labour-Employment/Final%20Report_31Mar15.pdf).
- Carrington, C. (2006). « Women entrepreneurs ». *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(2), 83-94.
- CCAB (2016). « Promise and Prosperity: The 2016 Aboriginal Business Survey ». Canadian Council for Aboriginal Business. [www.ccab.com/wp-content/uploads/2016/10/CCAB-PP-Report-V2-SQ-Pages.pdf](http://www.ccab.com/wp-content/uploads/2016/10/CCAB-PP-Report-V2-SQ-Pages.pdf).
- Constantinidis, C., Cornet, A., & Asandei, S. (2006). « Financing of women-owned ventures: The impact of gender and other owner-and firm-related variables ». *Venture capital*, 8(02), 133-157.
- Contzen, S., & Forney, J. (2016). « Family farming and gendered division of labour on the move: A typology of farming-family configurations ». *Agriculture and Human Values*, 1 – 14. <https://doi.org/10.1007/s10460-016-9687-2>
- Cooper, L. (2013). « Canadian women grabbing the baton ». RBC Economics. [www.rbc.com/economics/economic-reports/pdf/other-reports/canadianwomengrabbingthebaton.pdf](http://www.rbc.com/economics/economic-reports/pdf/other-reports/canadianwomengrabbingthebaton.pdf).
- Cukier, W. & Chavoushi, Z.H. (2020). « Facilitating Women Entrepreneurship in Canada: The Case of WEKH ». *Gender in Management: An International Journal*, 35(3), 303-318.
- Cukier, W., Gagnon, S., Mae Lindo, L., Hannan, C., & Amato, S. (2014). « A [critical] ecological model to enabling change: Promoting diversity and inclusion ». In V. Malin, J. Murphy & M. Siltaoja (Eds.), *Getting things Done: Dialogues in Critical Management Studies* (pp. 245-275). Bingley: Emerald.
- Cukier, W., & Smarz, S. (2012). « Diversity Assessment Tools: A Comparison ». *International Journal of Knowledge, Culture & Change Management*, 11(6).
- Cukier, W., et al. (2020). « The State of Women's Entrepreneurship in Canada ». Women Entrepreneurship Knowledge Hub. [https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/09/WEKH\\_State\\_of\\_Womens\\_Entrepreneurship\\_in\\_Canada\\_2020\\_EN.pdf](https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/09/WEKH_State_of_Womens_Entrepreneurship_in_Canada_2020_EN.pdf).
- Davis, C. H., Valliere, D., Lin, H., & Wolff, N. (2013). « Driving wealth creation & social development in Ontario ». Global Entrepreneurship Monitor. [www.gemconsortium.org/report/49060](http://www.gemconsortium.org/report/49060).
- Desa, G. (2010). « Social entrepreneurship: snapshots of a research field in emergence ». In *Values and opportunities in social entrepreneurship* (pp. 6-28). Palgrave Macmillan, London.
- Dheer, R. J. (2018). « Entrepreneurship by immigrants: a review of existing literature and directions for future research ». *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 555-614.
- Diversity Institute (2017). *Immigrant Entrepreneurship Report*. [www.ryerson.ca/content/dam/diversity/reports/ImmigrantEntrepreneur.pdf](http://www.ryerson.ca/content/dam/diversity/reports/ImmigrantEntrepreneur.pdf).

- Drucker, P. F. (1985). «Entrepreneurial strategies». *California Management Review*, 27(2).
- Ezzedeen, S.R. & Zikic, J. (2012), «Entrepreneurial experiences of women in Canadian high technology», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 44-64.
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). «Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions». *Personality and Individual Differences*, 125, 120-125.
- George, G. & Zahra, S.A. (2002). «Culture and its consequences for entrepreneurship», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 5-8.
- Global Entrepreneurship Monitor (2017). *GEM 2016/17 Global Report*. [www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report](http://www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report).
- Government of Canada (2019, December 6). «Key small business statistics - January 2019». [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h\\_03090.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h_03090.html)
- Gupta, V. K., Goktan, A. B. & Gunay, G. (2014) «Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective», *Journal of Business Venturing*, 29(2), 273 – 288. doi: 10.1016/j.jbusvent.2013.02.002.
- Gupta, V. K., & Bhawe, N. M. (2007). «The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions». *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Hamilton, E. (2013). «The discourse of entrepreneurial masculinities (and femininities)». *Entrepreneurship & Regional Development*, 25 (1-2), 90-99.
- Hou, F., & Wang, S. (2011). «Immigrants in self-employment». *Perspectives on Labour and Income*, 23(3), 3.
- ISED (2018). *Survey on financing and growth of small and medium enterprises (SFGSME), 2017*. Innovation, Science, and Economic Development Canada, Government of Canada. [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/03086.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/03086.html)
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). «Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?» *Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715.
- Korreck, S. (2019). «Women entrepreneurs in India: What is holding them back?» *Observer Research Foundation Issue Brief*, Forthcoming.
- Lee, W., & Black, S. L. (2017). «Small business development: Immigrants' access to loan capital». *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 29(3), 193-209.
- Mundy, L. (2014, April 7). «The media has a woman problem». *The New York Times*. [www.nytimes.com/2014/04/27/opinion/sunday/the-media-has-a-woman-problem.html](http://www.nytimes.com/2014/04/27/opinion/sunday/the-media-has-a-woman-problem.html).
- Neumeier, X., Santos, S.C. & Morris, M.H. (2019). «Who is left out: exploring social boundaries in entrepreneurial ecosystems». *The Journal of Technology Transfer*, 44, 462-484.
- PayPal Canada & Barraza & Associates (2018). «Women's entrepreneurship study». Paypal Inc. [www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/na/ca/consumer/sell-online/paypal-canada-womenentrepreneurship-study-2018.pdf](http://www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/na/ca/consumer/sell-online/paypal-canada-womenentrepreneurship-study-2018.pdf).
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). «Rediscovering social innovation». *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Prasad, R. M. (2009). «Loan hurdles: do banks discriminate against women entrepreneurs?» *Academy of Management Perspectives*, 23(4), 91-93.
- PwC (2018). *Women Entrepreneurship in Canada: Report Prepared for WESK by PwC*. <https://wesk.ca/wpcontent/uploads/2018/10/WESK-Report-Oct.-15-2018-PwC-1.pdf>.
- Robichaud, Y., Cachon, J.C., & McGraw, E. (2018). «Gender comparisons in success evaluation and SME performance in Canada». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(1), 1850004.
- Saba T. & Cachat-Rosset G. (2020). «Regard sur l'entrepreneuriat féminin en période de COVID-19». Enquête menée par Femmessor, [https://femmessor.com/femmessor/data/files/pdfs/2020-05-01\\_femmessor\\_rapport\\_sondage\\_covid-19\\_web.pdf](https://femmessor.com/femmessor/data/files/pdfs/2020-05-01_femmessor_rapport_sondage_covid-19_web.pdf).
- Saugeres, L. (2002). «The Cultural Representation of the Farming Landscape: Masculinity, Power and Nature». *Journal of Rural Studies*, 18: 373-84.
- Statistics Canada (2020). Labour Force Survey (LFS): Public Use Microdata File. January 2019. Accessed via ODESI.
- Stevenson, H. H. (1983). *A perspective on entrepreneurship* (Vol. 13). Harvard Business School.
- Wright, W., & Annes, A. (2016). «Farm Women and the Empowerment Potential in Value-Added Agriculture». *Rural Sociology*, 81(4), 545 – 571.
- Zolin, R., & Schlosser, F. (2013). «Characteristics of immigrant entrepreneurs and their involvement in international new ventures». *Thunderbird International Business Review*, 55(3), 271-284.

# CINQ IDÉES FAUSSES COURANTES SUR LES FEMMES ET L'ESPRIT D'ENTREPRISE

**INGRID CHADWICK** est professeure agrégée de gestion et directrice de l'initiative de la Banque nationale en matière d'entrepreneuriat et d'entreprise familiale à l'École de commerce John Molson de l'Université Concordia. Elle est titulaire d'un doctorat en comportement organisationnel et d'une maîtrise d'éducation en apprentissage organisationnel de l'université Queen's. Les recherches d'Ingrid se concentrent sur la nature sexuée du leadership et de l'entrepreneuriat et ont été publiées dans des revues universitaires de premier plan. Elle participe activement à des conférences universitaires et à des événements sur les femmes dans le leadership et l'entrepreneuriat. Avant sa carrière universitaire, Ingrid a collaboré à des initiatives de développement du personnel et organisationnel dans des entreprises en Suède et au Canada.

**ALEXANDRA DAWSON** est professeure agrégée de gestion et titulaire du poste de professeur distingué de la CIBC en entrepreneuriat et en entreprise familiale à l'École de commerce John Molson de l'Université Concordia. Alexandra Dawson s'intéresse à l'enseignement et à la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat et des entreprises familiales. Elle a publié dans plusieurs revues universitaires de premier plan et fait régulièrement des présentations lors de conférences internationales. Alexandra est titulaire d'un doctorat en gestion et en administration des affaires de l'université Bocconi (Milan, Italie), où elle a également été boursière postdoctorale, et d'un MSc Econ de la London School of Economics (Londres, Royaume-Uni). Avant d'entrer dans le monde universitaire, Alexandra a été directrice d'une société de conseil en stratégie au Royaume-Uni.

Les femmes entrepreneures représentent une ressource essentielle pour l'économie et la société canadienne dans son ensemble. Toutefois, les femmes restent sous-représentées bien qu'elles constituent le segment des entrepreneurs qui connaît la croissance la plus rapide au niveau mondial<sup>1</sup>. Cette sous-représentation des femmes dans l'entrepreneuriat est préjudiciable à l'économie et aux

progrès vers l'égalité. Comme l'illustre une étude récente du Boston Consulting Group<sup>2</sup>, si les femmes participaient à l'entrepreneuriat autant que les hommes, le PIB mondial augmenterait de 3 à 6%, ce qui ajouterait 2,5 à 5 billions de dollars à l'économie mondiale. Au Canada, une participation équivalente des femmes et des hommes à l'économie peut ajouter environ 150 milliards de dollars au PIB<sup>3</sup>. Ces considé-

---

1 Elam, A. B. Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M. & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/19 Women's Entrepreneurship Report*. [www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405](http://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405)

2 [www.bcg.com/publications/2019/boost-global-economy-5-trillion-dollar-support-women-entrepreneurs.aspx](http://www.bcg.com/publications/2019/boost-global-economy-5-trillion-dollar-support-women-entrepreneurs.aspx)

3 [www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/eng/home](http://www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/eng/home)

rations importantes ont conduit le gouvernement du Canada à agir. Plus précisément, le gouvernement a lancé la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE)<sup>4</sup> en 2018. Cette stratégie prévoyait un investissement global de 5 milliards de dollars pour soutenir les femmes dans l'entrepreneuriat, avec pour objectif de doubler le nombre d'entreprises appartenant à des femmes d'ici 2025, un taux qui a augmenté de 50 % entre 2014 et 2017, montrant ainsi que, bien qu'il s'agisse d'un objectif ambitieux, doubler ce nombre n'est pas irréaliste<sup>5</sup>.

« Au Canada, une participation équivalente des femmes et des hommes à l'économie peut ajouter environ 150 milliards de dollars au PIB. »

Fort de cette dynamique, cet article vise à contribuer au débat sur la manière de rendre l'entrepreneuriat plus inclusif pour les femmes en offrant des informations fondées sur des recherches sur l'intention entrepreneuriale et les normes de genre pour aider à dissiper les idées fausses courantes sur la motivation, le succès, les capacités de financement, la prise de risque et les réseaux établis sur les femmes et l'entrepreneuriat. En faisant la lumière sur ces idées fausses persistantes, nous espérons stimuler davantage cet important débat et encourager des efforts de transformation durables et concrets en vue d'une plus grande inclusion du genre dans l'entrepreneuriat à l'avenir.

## IDÉE FAUSSE #1: « LES FEMMES NE SONT PAS MOTIVÉES À DEVENIR ENTREPRENEURS »

L'une des principales idées fausses sur les femmes et l'esprit d'entreprise est que (1) « les femmes ne sont pas motivées à devenir entrepreneurs ». S'il est vrai que les femmes ont moins de chances que les hommes de créer une entreprise, la différence n'est pas aussi frappante qu'on pourrait le croire. Par

exemple, alors que les femmes ne possèdent que 15,6 % des petites et moyennes entreprises du Canada, elles représentaient 37 % des travailleurs indépendants canadiens en 2019<sup>6</sup>, un chiffre significatif qui témoigne d'un fort intérêt pour l'entrepreneuriat. Les femmes sont également très susceptibles de travailler à leur compte sans se décrire comme entrepreneurs, ce qui peut fausser les données<sup>7</sup>. En outre, le langage entourant l'entrepreneuriat a tendance à être plus masculin<sup>8,9</sup>, les mots décrivant les entrepreneurs étant généralement « preneurs de risques », « axés sur la réalisation » et « confiants ». Lorsque l'on pense aux grands entrepreneurs artisans de leur propre réussite, nombreux sont ceux qui pourront rapidement nommer des hommes tels que Bill Gates, mais bien moins nombreux sont ceux qui penseront à Sara Blakely, même si on leur laisse le temps de réfléchir. Globalement, les normes et les caractéristiques masculines entourant l'entrepreneuriat contribuent aux idées fausses selon lesquelles les femmes sont moins aptes à être entrepreneurs, ce qui, en fin de compte, les éloigne de la création d'entreprise.

« Lorsque l'on pense aux grands entrepreneurs artisans de leur propre réussite, nombreux sont ceux qui pourront rapidement nommer des hommes tels que Bill Gates, mais bien moins nombreux sont ceux qui penseront à Sara Blakely, même si on leur laisse le temps de réfléchir. »

## IDÉE FAUSSE #2: « LES FEMMES NE RÉUSSISSENT PAS EN TANT QU'ENTREPRENEURS »

Une autre idée fausse est que (2) « les femmes ne réussissent pas en tant qu'entrepreneurs ». Comme le montre une étude réalisée en 2018 par le Boston Consulting Group<sup>10</sup>, les start-ups fondées ou cofondées par des femmes ont en fait tendance à être plus performantes au fil du temps, générant des revenus 10 % plus élevés sur une période de cinq ans. L'idée fausse

4 [www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/eng/home](http://www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/eng/home)

5 Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). *The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020*. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

6 Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). *The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020*. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

7 Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). *The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020*. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

8 De Bruin, A., Brush, C.G. & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 585-593.

9 Winn, J. (2005). Women entrepreneurs: can we remove the barriers? *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 381-397.

10 [www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx](http://www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx)



selon laquelle les femmes ont peu de succès en tant qu'entrepreneurs s'explique en partie par les normes masculines qui entourent l'entrepreneuriat, en vertu desquelles les entreprises reçoivent principalement une attention en fonction de leur taille, de leur rentabilité, de leur forte croissance et de leurs connexions internationales. Ces caractéristiques sont plus courantes dans les entreprises dirigées par des hommes et, de ce fait, les mesures actuelles exacerbent le déséquilibre entre les genres<sup>11</sup>. Des recherches ont montré que le mythe des femmes entrepreneures peu performantes provient de la déconnexion entre une définition traditionnellement plus masculine de la réussite entrepreneuriale et le fait que les femmes ont des motivations entrepreneuriales différentes en termes de types d'objectifs et d'industries auxquels elles accordent la priorité<sup>12</sup>. Par exemple, il a été démontré que les femmes se concentrent davantage sur des motivations socio-émotionnelles, notamment l'accent mis sur les relations avec les employés et la famille et la capacité à avoir un impact sociétal positif, et qu'elles sont plus présentes dans les industries de services aux consommateurs où la rentabilité est plus faible et où les investisseurs sont moins susceptibles de placer leur argent<sup>13</sup>.

« En mesurant et en valorisant une vision de l'esprit d'entreprise plus inclusive du point de vue du genre et en élargissant ce que signifie la réussite, il y a moins de chances de rater l'occasion de soutenir un plus grand nombre de femmes qui poursuivent l'entrepreneuriat à tous les stades de la croissance et de la rentabilité, et avec des modèles d'entreprise qui leur conviennent et qui correspondent à leurs désirs, dans tous les types d'industries. »

Ces différents motifs et priorités contribuent à expliquer pourquoi les femmes sont plus susceptibles que les hommes de diriger de petites entreprises dont la rentabilité et la croissance sont moindres, mais il est essentiel de souligner qu'une performance moindre n'est pas synonyme de sous-performance. En d'autres termes, les indicateurs traditionnels ont été développés pour l'entrepreneuriat masculin

et, par conséquent, nous devons envisager d'autres indicateurs de réussite, tels que l'impact social, afin de saisir les effets des femmes qui suivent des voies entrepreneuriales non traditionnelles. Il ne s'agit pas ici de minimiser le faible nombre de femmes propriétaires d'entreprises, ni d'ignorer les femmes entrepreneures qui lancent des entreprises innovantes et à forte croissance, mais plutôt de souligner la nécessité d'intégrer une conceptualisation plus large de l'esprit d'entreprise en général et de la réussite entrepreneuriale en particulier. Par exemple, il a été démontré que les femmes se concentrent davantage sur des motivations socio-émotionnelles, notamment l'accent mis sur les relations avec les employés et la famille et la capacité à avoir un impact sociétal positif, et qu'elles sont plus présentes dans les industries de services aux consommateurs où la rentabilité est plus faible et où les investisseurs sont moins susceptibles de placer leur argent. En mesurant et en valorisant une vision de l'esprit d'entreprise plus inclusive du point de vue du genre et en élargissant ce que signifie la réussite, il y a moins de chances de rater l'occasion de soutenir un plus grand nombre de femmes qui poursuivent l'entrepreneuriat à tous les stades de la croissance et de la rentabilité, et avec des modèles d'entreprise qui leur conviennent et qui correspondent à leurs désirs, dans tous les types d'industries.

### IDÉE FAUSSE #3: « LES FEMMES SONT INCAPABLES D'OBTENIR SUFFISAMMENT DE FINANCEMENT POUR LEUR ENTREPRISE »

Une autre idée fautive concernant les femmes entrepreneures est que (3) « les femmes ne sont pas capables d'obtenir suffisamment de financement pour leur entreprise ». Si les femmes sont moins susceptibles de recevoir un soutien financier en tant qu'entrepreneurs, les recherches ne suggèrent pas que cela soit dû à leur manque de capacités<sup>14</sup>. Les chercheurs ont plutôt constaté que les femmes sont moins susceptibles de demander un financement, en particulier des montants plus importants, soit parce qu'elles n'en ont pas besoin, soit parce qu'elles sont réticentes à postuler par crainte d'être rejetées en raison des stéréotypes masculins entourant l'entrepreneuriat. À l'appui de ce point de vue, des recherches montrent que, lorsque les femmes demandent un soutien financier, elles se voient poser

- 
- 11 Marlow, S. & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19 (1), 114-124.
- 12 Marlow, S. & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19 (1), 114-124.
- 13 Eddleston, K. A., & Powell, G. N. (2008). The role of gender identity in explaining sex differences in business owners' career satisfier preferences. *Journal of Business Venturing*, 23(2), 244-256. Jennings, J. E. & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 661-713.
- 14 Orser, B.J., Riding, A.L. & Manley, K. (2006). Women entrepreneurs and financial capital. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 643-665.

différents types de questions qui les freinent par rapport aux hommes<sup>15</sup>. En d'autres termes, les bailleurs de fonds ont tendance à poser aux femmes des questions axées sur la prévention qui se concentrent sur leurs échecs potentiels, tandis que les hommes se voient poser des questions axées sur la promotion qui se concentrent sur le succès potentiel et attendu. Il n'est pas surprenant que les questions axées sur la prévention posées aux femmes n'inspirent pas confiance dans leurs entreprises, ce qui explique pourquoi elles ont tendance à recevoir moins de financement. Dans l'ensemble, cette idée fausse selon laquelle le manque de soutien financier des femmes est dû à leur propre incapacité à réussir en tant qu'entrepreneurs est préjudiciable, car elle ne permet pas d'aborder correctement la raison de ce déséquilibre financier. Il est plutôt nécessaire d'éliminer les préjugés sexistes dans le processus d'allocation financière, notamment en ce qui concerne les types d'évaluation mis en place afin d'encourager davantage de femmes entrepreneures à demander le soutien financier approprié.

#### **IDÉE FAUSSE #4: « LES FEMMES NE DEVIENNENT PAS ENTREPRENEURS PARCE QU'ELLES ONT UNE AVERSION POUR LE RISQUE »**

« Nous avons plus l'habitude de lire des récits sur des entrepreneurs prenant des risques financiers (plus typiques des hommes) et moins sur les risques liés à la défense de ce qu'une personne croit être juste ou au choix de la voie éthique lorsqu'elle est confrontée à un dilemme, même si cela signifie une moindre réussite financière. »

L'attitude des femmes face au risque et à l'échec est une autre idée fausse dans l'esprit d'entreprise: (4) «les femmes ne deviennent pas entrepreneurs parce qu'elles ont une aversion pour le risque». Certes, certaines recherches semblent confirmer cette idée fausse, bien qu'il ne s'agisse nullement d'un

«trait» propre à la plupart des femmes<sup>16,17</sup>. Nous proposons deux explications possibles à ce phénomène. Premièrement, cela est dû à la manière dont les femmes sont socialisées en fonction des normes et des attentes culturelles<sup>18</sup>. Par exemple, des études indiquent que les hommes ont tendance à être trop confiants et plus optimistes que les femmes en ce qui concerne la probabilité de réaliser des gains importants. Deuxièmement, cette idée fausse est souvent due à la définition du risque et aux histoires auxquelles nous sommes exposés<sup>19</sup>. Nous avons plus l'habitude de lire des récits sur des entrepreneurs prenant des risques financiers (plus typiques des hommes) et moins sur les risques liés à la défense de ce qu'une personne croit être juste ou au choix de la voie éthique lorsqu'elle est confrontée à un dilemme, même si cela signifie une moindre réussite financière. En général, les femmes ont tendance à prendre ce dernier type de risque plus que les hommes. Nous devons donc nous attaquer à ce préjugé culturel et adopter une vision plus large du risque entrepreneurial (conformément à une vision plus large de l'esprit d'entreprise, comme préconisé ci-dessus) qui va au-delà de la vision purement financière.

#### **IDÉE FAUSSE #5: « LES FEMMES N'ÉTABLISSENT PAS LES BONS RÉSEAUX POUR DEVENIR DES ENTREPRENEURS À SUCCÈS »**

Une dernière idée fausse que nous souhaitons aborder ici est que (5) «les femmes n'établissent pas les bons réseaux pour devenir des entrepreneurs à succès». Des recherches ont montré que les femmes développent généralement des relations de mentorat et de réseautage plus formelles (c'est-à-dire avec l'aide ou l'intervention d'organisations externes) que les hommes, qui ont tendance à avoir des relations plus informelles (c'est-à-dire spontanées) parallèlement aux relations formelles<sup>20</sup>. Par rapport au mentorat informel, des études ont suggéré que le mentorat formel offre moins d'avantages en termes de développement de carrière et de fonctions psychosociales (comme le développement d'un sentiment de professionnalisme et le conseil ou le modelage) et est généralement moins efficace<sup>21</sup>. Bien que les recherches

15 Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2018). We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 586-614.

16 Jianakoplos, N.A., & Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Economic Inquiry*, 36(4), 620-630.

17 Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs – new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*, 32(2), 153-167.

18 Eddleston, K. A. & Powell, G. N. (2008). The role of gender identity in explaining sex differences in business owner's career satisfaction preferences. *Journal of Business Venturing*, 23(2), 244-256.

19 <https://hbr.org/2013/02/do-women-take-as-many-risks-as>

20 Ragins, B. R. & Cotton, J. L. (1991). Easier said than done: Gender differences in perceived barriers to gaining a mentor. *Academy of Management Journal*, 34(4), 939-951.

21 Ragins, B. R. & Cotton, J. L. (1999). Mentor functions and outcomes: A comparison of men and women in formal and informal mentoring relationships. *Journal of Applied Psychology*, 84(4), 529-550.

suggèrent que le tutorat informel est plus efficace que le tutorat formel, il n'existe cependant aucune preuve que cela soit dû aux préférences des femmes entrepreneures ou à leur incapacité à établir des liens informels avec d'autres personnes. Il est plutôt dû au fait que les femmes sont moins susceptibles de connaître personnellement d'autres femmes entrepreneures, car elles sont moins nombreuses que les hommes (et les femmes ont tendance à rechercher le soutien d'autres femmes)<sup>22</sup>. Malgré cette limitation, les femmes sont en fait plus actives que les hommes dans le soutien aux autres femmes. Un rapport de Catalyst a indiqué que 65 % des femmes à haut potentiel qui ont bénéficié d'une aide à l'évolution de leur carrière ont activement soutenu d'autres femmes dans leur carrière (comparé à seulement 56 % des hommes)<sup>23</sup>. En outre, il a été démontré que les réseaux formels fonctionnent (bien que les recherches indiquent que les réseaux informels sont plus efficaces) : par exemple, une enquête d'Ernst & Young a conclu que 27 % des femmes qui ont participé à des programmes de travail en équipe ou de mentorat ont eu un accès « facile » au financement, par rapport à 19 % des femmes entrepreneures en général<sup>24</sup>.

« Nous devons continuer à encourager les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat, car, à mesure que le nombre de femmes entrepreneures augmente, nous pouvons nous attendre à ce qu'il y ait des opportunités supplémentaires de créer des réseaux informels également. »

Cela étant dit, il faut se pencher sur la question des réseaux exclusivement féminins, car ils risquent de ghettoïser les femmes chefs d'entreprise au lieu de favoriser un réseau plus diversifié<sup>25</sup>. En résumé, les femmes entrepreneures ont moins de possibilités de créer des réseaux et de trouver des mentors de manière informelle, mais cela n'est pas dû à leur préférence pour ce type de réseau ni à une incapacité à créer des liens informels avec d'autres personnes. En fait, lorsque les femmes rejoignent des réseaux formels, elles bénéficient grandement de ce soutien et donnent au suivant en aidant d'autres femmes entrepreneures. Par conséquent, plutôt que d'écarter les réseaux formels comme étant moins efficaces que les réseaux informels, nous devons continuer à encourager

les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat, car, à mesure que le nombre de femmes entrepreneures augmente, nous pouvons nous attendre à ce qu'il y ait des opportunités supplémentaires de créer des réseaux informels également. Les deux types de mise en réseau doivent clairement être encouragés afin de transférer l'expertise, de se forger une réputation, d'accéder aux financements et, d'une manière générale, de fournir des ressources matérielles et immatérielles aux femmes entrepreneures.

Dans le but de contribuer au débat actuel sur la nécessité d'une plus grande inclusion des femmes dans l'entrepreneuriat, cet article fait la lumière sur cinq idées fausses importantes sur les femmes et l'entrepreneuriat qui sont préjudiciables à la motivation et à la capacité des femmes à réussir en tant qu'entrepreneurs. Ces idées fausses sont apparues en raison de la nature masculine de l'écosystème entrepreneurial et, pour cette raison, ce contexte continuera probablement à décourager les femmes entrepreneures jusqu'à ce que nous soyons capables de promouvoir une vision plus inclusive de l'entrepreneuriat. Pour ce faire, nous – chercheurs et praticiens – devons-nous engager dans des efforts de changement ciblant les attitudes, les croyances et les normes sociales entourant l'esprit d'entreprise.

Selon l'une des théories les plus influentes prédisant le comportement entrepreneurial, la théorie du comportement planifié<sup>26</sup>, la motivation des individus envers l'esprit d'entreprise découle de ces trois facteurs, de sorte que les individus sont plus susceptibles de vouloir devenir entrepreneurs si :

- ils ont une attitude positive envers l'esprit d'entreprise;
- ils croient qu'ils ont la capacité de devenir entrepreneurs (sur la base des expériences passées et des obstacles prévus); et
- ils croient que les autres autour d'eux les acceptent comme entrepreneurs.

Si l'on considère le rôle du contexte social dans les croyances et les attitudes des individus, il est clair que les préjugés actuels en matière de genre vont à l'encontre de ces trois facteurs pour les femmes et sont donc particulièrement préjudiciables à l'entrepreneuriat féminin.

22 [www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY\\_Its\\_who\\_you\\_know\\_Women\\_entrepreneurs\\_and\\_the\\_impact\\_of\\_networks/\\$FILE/EY-Its-who-you-know-Women-entrepreneurs.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Its_who_you_know_Women_entrepreneurs_and_the_impact_of_networks/$FILE/EY-Its-who-you-know-Women-entrepreneurs.pdf)

23 [www.catalyst.org/research/high-potentials-in-the-pipeline-leaders-pay-it-forward/](http://www.catalyst.org/research/high-potentials-in-the-pipeline-leaders-pay-it-forward/)

24 [www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY\\_Its\\_who\\_you\\_know\\_Women\\_entrepreneurs\\_and\\_the\\_impact\\_of\\_networks/\\$FILE/EY-Its-who-you-know-Women-entrepreneurs.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Its_who_you_know_Women_entrepreneurs_and_the_impact_of_networks/$FILE/EY-Its-who-you-know-Women-entrepreneurs.pdf)

25 McAdam, M., Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2019). Stories from the field: Women's networking as gender capital in entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 459-474.

26 Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211.

Plus spécifiquement, et comme l'illustrent les idées fausses courantes décrites ci-dessus, les préjugés sexistes sont susceptibles :

- d'affaiblir les attitudes positives des femmes à l'égard de l'entrepreneuriat;
- de les rendre moins confiantes dans leurs capacités en tant qu'entrepreneurs; et
- de les amener à remettre en question le soutien que les autres leur apportent en tant qu'entrepreneurs par rapport aux hommes.

Si nous voulons encourager davantage de femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat et à y réussir, nous devons par conséquent nous attaquer aux préjugés sous-jacents liés au genre qui freinent actuellement les femmes.

Éradiquer les préjugés sexistes à court terme est une tâche irréaliste, cependant, la stratégie du gouvernement canadien en faveur des femmes entrepreneures nous pousse à entamer un dialogue constructif sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas lorsqu'il s'agit de faire avancer le nombre de femmes entrepreneures. Le soutien financier et éducatif que cette initiative apporte aux femmes entrepreneures est également essentiel à cet égard. Cela dit, nous devons garder à l'esprit que, pour accroître le dynamisme entrepreneurial, la recherche souligne l'importance de changer les attitudes, les croyances et les pressions sociales de manière plus générale. Il est donc impératif de poursuivre les efforts pour promouvoir les attitudes et les convictions des femmes quant à la souhaitabilité de devenir chef d'entreprise, et notamment d'accorder une plus grande attention à la manière dont nous pouvons supprimer les obstacles biaisés dans les systèmes éducatifs, sociaux et financiers actuels. En offrant des aperçus fondés sur des données probantes concernant les idées fausses couramment répandues sur les femmes entrepreneures, nous espérons mettre en lumière certains de ces obstacles. Plus spécifiquement, nous avons illustré la nécessité de mesurer l'esprit d'entreprise et la réussite entrepreneuriale d'une manière plus complète afin de garantir que nous soutenons davantage de femmes qui ont tendance à avoir de petites entreprises avec moins d'employés et des objectifs variés. Par exemple, il est essentiel de remettre en cause les stéréotypes qui associent l'esprit d'entreprise à la technologie et de garantir un soutien dans d'autres secteurs où les femmes sont plus susceptibles d'être présentes, tels que le secteur des services, du commerce de détail et de l'hôtellerie. En outre, il est important de reconnaître que les femmes entrepreneures sont très diverses et qu'il n'existe pas de solution toute faite. Nous avons souligné la nécessité pour les fournisseurs de fonds d'éviter l'utilisation de questions et d'évaluations sexistes afin de ne pas manquer des occasions de financer les entreprises des femmes. Les futurs entrepreneurs doivent être évalués sur la base des mêmes critères et avec les mêmes questions.

Nous avons également encouragé un débat visant à élargir notre vision de la prise de risque entrepreneurial et souligné que la situation est considérablement plus nuancée que de simplement dire «les hommes entrepreneurs prennent des risques et les femmes entrepreneures sont réticentes à prendre des risques». Enfin, nous avons plaidé en faveur d'un soutien continu aux possibilités de mise en réseau formelle, malgré les éléments indiquant une plus grande efficacité des réseaux informels, du moins jusqu'à ce que les femmes aient accès à un plus grand nombre d'autres femmes (et hommes) entrepreneurs qui peuvent agir comme mentors, soutiens et parrains informels. Dans l'ensemble, nous encourageons les décideurs politiques, les éducateurs et les organisations de soutien à l'entrepreneuriat à relever ces défis sexospécifiques afin d'aider à créer un changement durable et efficace pour une plus grande inclusion des femmes parmi les entrepreneurs du Canada.

# LE FINANCEMENT DES FEMMES ENTREPRENEURES AU CANADA<sup>1</sup>

**ZOHREH HASSANNEZHAD CHAVOUSHI** (PhD) est chercheuse postdoctorale au Diversity Institute de l'Université Ryerson, où elle applique les théories sur le genre et la diversité pour révéler les obstacles et les opportunités associés au développement de l'entrepreneuriat chez les femmes et les immigrants. Elle travaille actuellement sur des rapports et des documents de recherche décrivant le cheminement vers un écosystème d'innovation plus inclusif au Canada, l'exploration des obstacles rencontrés par les femmes et les groupes sous-représentés dans les activités entrepreneuriales, et l'application d'une optique écologique critique pour aborder les problèmes actuels de l'écosystème entrepreneurial.

**SHANNON PESTUN** est une fière femme entrepreneure métisse et la conseillère principale, affaires et finances, du Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE). Shannon dirige le travail du PCFE en cartographiant l'écosystème financier du Canada et en élaborant des programmes qui améliorent l'accès des femmes au capital financier, social et entrepreneurial. Ancienne banquière d'affaires, l'engagement de Shannon à faire progresser les femmes en entrepreneuriat est bien connu. En 2019, elle a été nommée membre du groupe d'experts sur la stratégie pour les femmes en entrepreneuriat au Canada. Elle a également été reconnue comme innovatrice par SHEInnovates Alberta, chapitre pilote de l'ONU Femmes et finaliste pour le prix de l'ambassadrice de la diversité de l'année par Women in Finance - Canada.

## LE FINANCEMENT DES ENTREPRENEURS AU CANADA

De nombreuses études démontrent que le Canada n'a pas de problème de démarrage, mais plutôt d'expansion. Bien que le Canada ait un taux élevé d'entreprises ayant connu une forte croissance au cours des cinq premières années, peu d'entre elles se classent parmi les entreprises de plus de 100 employés. Beaucoup d'entreprises, en particulier celles qui appartiennent à des femmes, restent petites. Les raisons de cette situation sont complexes et se situent à plusieurs niveaux. Alors que l'investissement et en particulier l'accès au capital-risque sont souvent associés à des histoires apocryphes d'entrepreneurs canadiens ayant plus de facilité à trouver des capitaux à l'étranger que dans leur propre pays, il n'y a pas de solution facile. Une étude de la BDC, par exemple, a noté que les microentreprises se sont taillé la part du lion

dans la croissance des entreprises ces dernières années et que seulement 2 % des entreprises canadiennes de taille moyenne parviennent chaque année à se transformer en grandes entreprises, dépassant la barre des 500 employés. Les entreprises les plus susceptibles de devenir grandes sont généralement :

1. plus productives que leurs concurrents dans le même secteur économique;
2. avaient investi de manière plus importante dans leurs immobilisations; et
3. étaient présentes dans au moins trois provinces canadiennes (Ratte, 2016).

D'autres soutiennent que le secret de la croissance n'est pas

---

<sup>1</sup> Certaines sections de ce document sont adaptées de Cukier, W., et. al, (2020) The State of Women Entrepreneurship in Canada. Toronto: Women Entrepreneurship Knowledge Hub. <https://wekh.ca/research/the-state-of-womens-entrepreneurship-in-canada/>

seulement l'accès au financement, mais aussi l'accès aux marchés, en particulier aux gros clients, et que les marchés publics sont un outil essentiel. Et l'accès aux talents a été identifié comme une question cruciale, car les entreprises de tous les secteurs, mais surtout de la technologie, tentent de s'adapter (Ruffolo, 2018). D'autres encore mettent l'accent sur la nécessité d'une gestion et d'une direction professionnelles et de veiller à ce que le financement soit associé au renforcement des capacités à tous les niveaux (Moresby & Guinea, 2018). D'autres encore évoquent la fragmentation du système et les difficultés à passer à l'étape suivante – les exemples abondent de jeunes entreprises qui passent d'une concurrence à l'autre ou qui sont préoccupées par le travail rémunéré à l'acte en l'absence de financement. Mais malgré les discussions approfondies sur les défis de la croissance et les recommandations des experts et des associations du secteur, il existe en fait peu de recherches empiriques au Canada sur ce qui fonctionne et sur la façon d'aider les entreprises à croître, et très peu de recherches portent spécifiquement sur les entreprises dirigées par des femmes (Morris et al., 2006).

« Il existe en fait peu de recherches empiriques au Canada sur ce qui fonctionne et sur la façon d'aider les entreprises à croître, et très peu de recherches portent spécifiquement sur les entreprises dirigées par des femmes. »

## FINANCEMENT DE DÉMARRAGE

Le financement de démarrage peut prendre de nombreuses formes, par exemple, le bootstrapping, la microfinance telle que les prêts aux petites entreprises et les cartes de crédit, ou encore la cession d'actions en échange d'un financement de démarrage. Le financement par actions mobilise souvent des investisseurs en capital-risque ou des investisseurs providentiels. Mais, à mesure que le paysage financier actuel continue d'évoluer, les jeunes entreprises accèdent au capital de manière moins traditionnelle, ce qui leur permet d'obtenir le financement dont elles ont besoin que les grandes banques leur refusent. Mais en général, le financement d'une startup commence par les liquidités personnelles de l'investisseur. Mais selon le type d'entreprise, les étapes qui suivent peuvent varier. Pour les entreprises technologiques, l'étape suivante est le capital providentiel et les fonds de capital-risque en phase de démarrage, mais pour toutes les autres entreprises en phase de démarrage, qui peuvent comprendre des entreprises opérationnelles sur le marché, les prêts aux petites entreprises

et les subventions de démarrage peuvent être un bon choix. Les prêts aux petites entreprises du gouvernement canadien, par exemple, aident les entrepreneurs à lancer une entreprise en leur accordant des prêts pour l'achat d'équipement et les améliorations locatives, même si l'entreprise n'est pas encore opérationnelle.

Les entrepreneurs peuvent accéder à des financements provenant de différentes sources, allant de leur investissement personnel aux sociétés de capital-risque et au marché boursier public (tableau 1).

## LES DIFFÉRENTS TYPES DE FINANCEMENT EXPLIQUÉS

### FINANCEMENT DE DÉMARRAGE ET FINANCEMENT INFORMEL

Le « bootstrapping » a été défini de nombreuses façons dans la littérature, mais il est resté quelque peu sous-étudié (Smith, 2009). Par exemple, Winborg et Landström définissent le bootstrapping comme « des méthodes permettant de répondre aux besoins de ressources sans dépendre du financement extérieur à long terme des détenteurs de dettes et/ou des nouveaux propriétaires » (Winborg & Landstrom, 2001). Globalement, cette notion de financement créatif sans s'appuyer sur des sources externes de financement et de capitaux plus traditionnelles (Van Osnabrugge & Robinson, 2000; Freear, et al., 1995; Harrison et al., 2004). En raison de la forte incertitude qui caractérise souvent les start-ups, le bootstrapping devient souvent une voie nécessaire pour les start-ups sur lesquelles les grandes banques et les sociétés de capital-risque ne sont pas prêtes à investir (Smith, 2009). En outre, des recherches ont montré que les femmes entrepreneures connaissant une forte croissance sont plus susceptibles de financer leur croissance par des fonds propres personnels et professionnels (Yacus et al., 2019). Pour les femmes entrepreneures en particulier, l'accès aux capitaux a toujours été difficile à obtenir, ce qui peut indéniablement découler de préjugés et de sexisme implicites (Coleman & Robb, 2009; Orser et al., 2000; Yacus et al., 2019). La littérature suggère que le financement bootstrap et informel est important pour les entreprises en démarrage, en particulier lorsqu'elles ne réussissent pas à obtenir un financement formel ou sont découragées de le faire, ou lorsque leurs liens sociaux solides facilitent le financement bootstrap (Atherthon, 2012). Au Canada, plus de 83 % des PME détenues par des femmes utilisent des sources de financement personnelles pour démarrer leur entreprise et seulement 18,8 % des femmes entrepreneures au Canada ont tendance à obtenir un financement auprès de leurs amis ou de leurs parents (ISED, 2018). Le financement par la famille et les amis est quelque peu négligé dans la littérature financière universitaire en raison de la rareté des données fiables sur cette question (Basu & Parker, 2001).

FIGURE 1: PROCESSUS D'INCUBATION

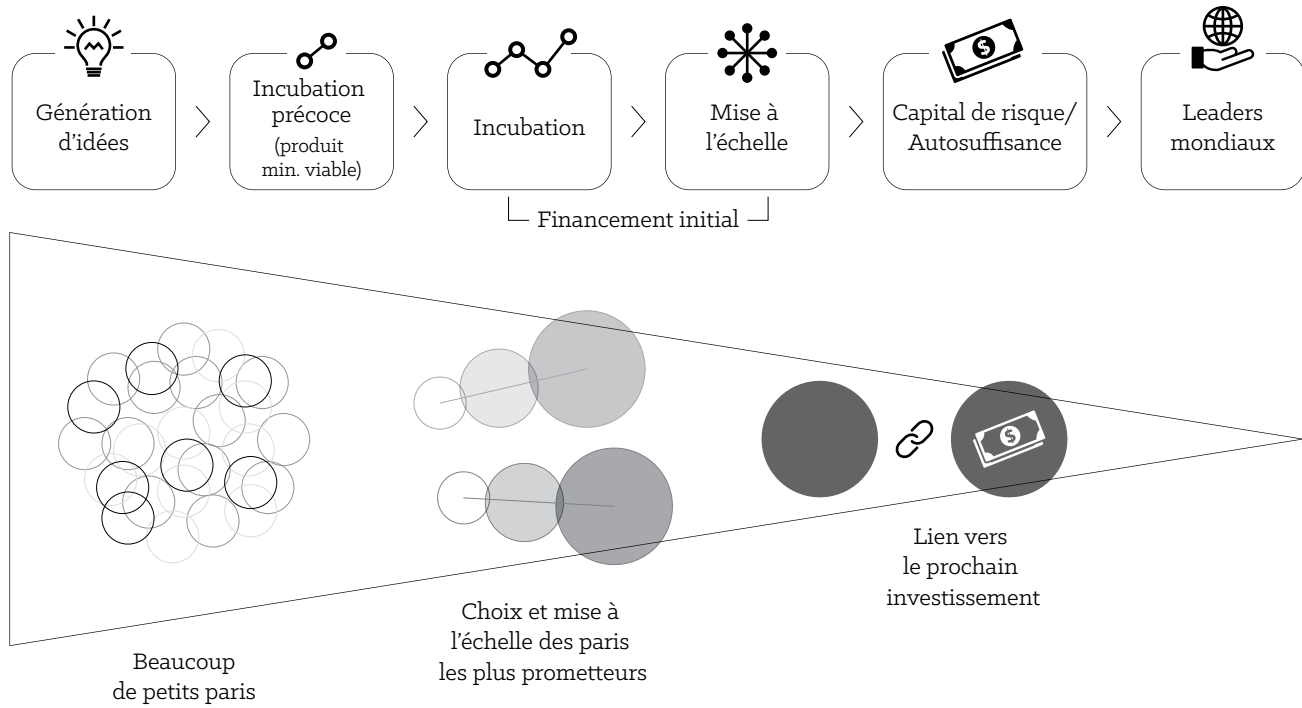
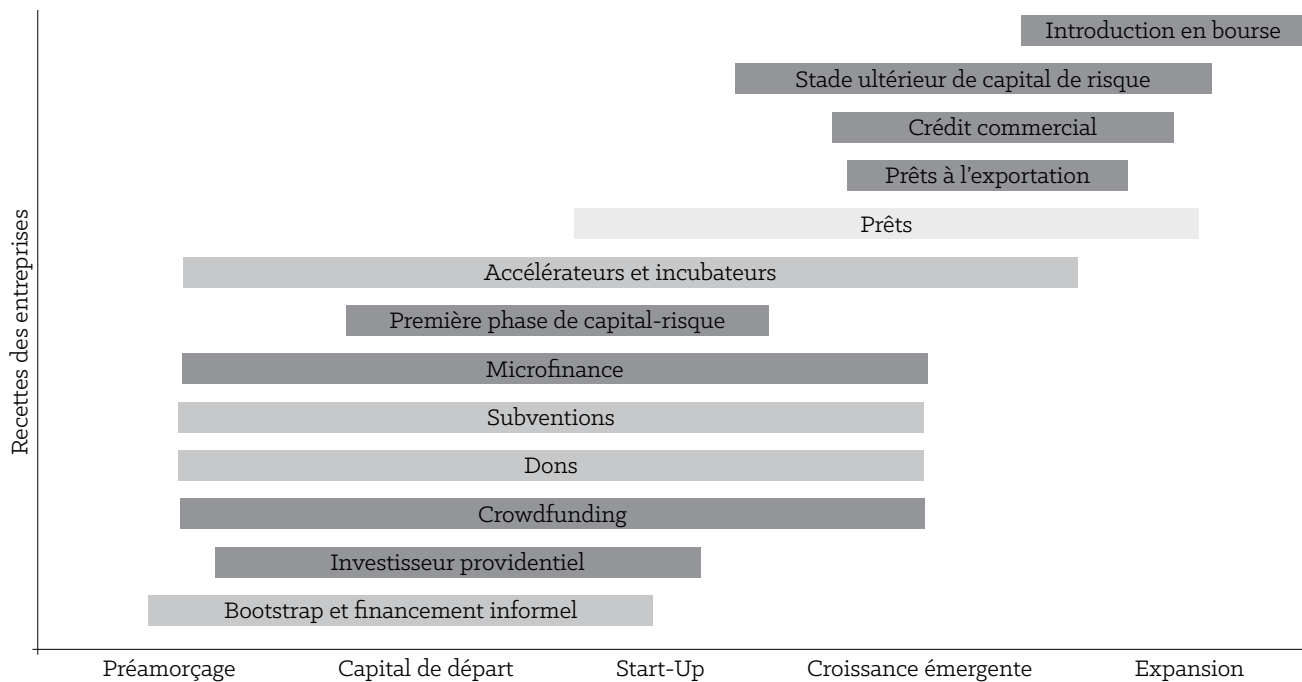


FIGURE 2: LE SCHEMA DE FINANCEMENT (ESCALANTE, 2018)



## L'INVESTISSEUR PROVIDENTIEL

Un ange investisseur est un individu fortuné qui apporte un soutien financier à de petites start-ups ou à des entrepreneurs. Le terme « Angel Capital » désigne les fonds que les « anges investisseurs » apportent sous la forme d'une injection unique pour aider l'entreprise à démarrer ou d'une injection continue pour soutenir et faire passer l'entreprise à travers ses débuts difficiles. Les investisseurs providentiels fournissent un financement en échange d'une position en actions dans l'entreprise.

« Les rapports sur le crowdfunding montrent que c'est la seule voie de financement où les femmes obtiennent de meilleurs résultats que les hommes. »

## LE FINANCEMENT COMMUNAUTAIRE

Le Crowdfunding est un système de financement collaboratif qui met en commun de petites sommes d'argent provenant de nombreuses personnes, généralement via des plateformes web, pour financer un projet spécifique (Braund & Schwittay, 2016). Le Crowdfunding s'est révélé être un mécanisme efficace pour aider les femmes entrepreneures à lever des capitaux lorsque les ressources sont rares (Greenberg & Gerber, 2012). Les rapports sur le crowdfunding montrent que c'est la seule voie de financement où les femmes obtiennent de meilleurs résultats que les hommes (PwC, 2017). Les capitaux sont souvent mobilisés par l'intermédiaire de réseaux sociaux en ligne dans lesquels le grand public (la « foule ») apporte une petite somme d'argent (Kuppuswamy & Bayus, 2013). Lors de la collecte de ressources financières pour le démarrage d'une entreprise, le financement par la foule peut offrir une alternative intéressante pour les femmes entrepreneures qui rencontrent davantage d'obstacles pour accéder au financement traditionnel.

## LES DONNS

Un don est un capital donné par quiconque à des fins caritatives et au profit d'une cause. Les dons pour les start-ups et les entreprises ne sont pas remboursables et il n'y a pas d'attente de remboursement financier pour les fonds donnés.

## LES SUBVENTIONS

Les subventions sont souvent considérées comme de l'argent gratuit donné par un organisme de subvention spécifique, notamment le gouvernement, les entreprises, les fondations,

les établissements d'enseignement, les entreprises ou un particulier. Bien que le gouvernement soit le principal pourvoyeur de subventions, les organisations à but non lucratif, les municipalités, les institutions et les entreprises privées peuvent également offrir des subventions et des programmes de subvention. La subvention est un capital qui n'a pas besoin d'être remboursé (c'est-à-dire de l'argent gratuit); cependant, les bénéficiaires en retirent de nombreux avantages non financiers tels qu'une visibilité et une crédibilité accrues. Étant très compétitif, de nombreuses restrictions et conditions s'appliquent à la répartition de ces fonds; il n'est donc pas facile de les recevoir et la procédure de demande est très longue. Les critères d'éligibilité des subventions peuvent inclure des éléments tels que les niveaux de gouvernement, le type d'industrie, la structure de l'entreprise, le groupe démographique, la priorité du gouvernement, l'investissement, le type d'activité, etc. (BusinessLink, 2016).

Au Canada, par exemple, Startup Canada s'est associée à Evolocity Financial Group pour investir dans des entreprises de STEM dirigées par des femmes. Ils accordent des micro-subventions aux femmes entrepreneures pour les aider à démarrer et à développer leur entreprise.

« Les programmes de microfinancement ont été assez efficaces pour contribuer à la capacité des femmes à gagner un revenu, et ont abouti à l'autonomisation économique, à un bien-être accru pour les femmes et leurs familles, et à une plus grande autonomie sociale et politique. »

## LA MICROFINANCE

Le microfinancement a un impact important sur les petites entreprises. Les petites entreprises ont souvent un rendement élevé sur leur capital, mais il leur est difficile d'accéder au crédit des banques officielles. Les petites entreprises qui fonctionnent avec de faibles niveaux de capital peuvent avoir du mal à rembourser leur capital si les fonctions de production affichent des rendements décroissants (Bruhn et al., 2012). Les banques commerciales refusent souvent les demandes de prêt des petites entreprises, car les revenus générés par les petits montants de prêt sont faibles par rapport aux coûts fixes et aux coûts opérationnels des prêts aux microentreprises (Banque mondiale, 2009). Toutefois, les programmes de microfinancement ont été assez efficaces pour contribuer à la capacité des femmes à gagner un revenu, et ont abouti à l'autonomisation économique, à un bien-être accru pour les femmes et leurs familles, et à une plus grande autonomie sociale et politique. Il existe de nombreux programmes de microfinancement au Canada visant à soutenir les femmes entrepreneures, par exemple les prêts Paro Micro, Alterna Micro Finance, Microcrédit Montréal



et Oasis, qui est exclusivement destiné aux femmes entrepreneures francophones.

#### LES FONDS DE CAPITAL-RISQUE DE DÉMARRAGE (FONDS D'AMORÇAGE)

Les entrepreneurs peuvent accéder à des financements dans les premières étapes de leur entreprise grâce à des capitaux à risque. Le capital de CR est généralement destiné à des entreprises à forte croissance et à caractère perturbateur et la plupart des entreprises opérationnelles de la rue principale dans le secteur des services ne solliciteront pas ce financement. Les sociétés de capital-risque fournissent différents types de financement aux entreprises à différents stades. Les fonds de capital-risque investissent dans trois types d'entreprises, à savoir le capital d'amorçage, le capital de démarrage et le fonds d'expansion. Les fonds de capital d'amorçage ont tendance à investir de petites sommes de capital à un stade plus précoce de la croissance de l'entreprise, pour une participation cible d'environ 10 à 25 %.

#### LES ACCÉLÉRATEURS ET LES INCUBATEURS

Les incubateurs sont souvent financés par des universités ou d'autres agences de développement économique. Elles ne fournissent pas souvent de capitaux aux start-ups, et ne prennent donc généralement pas une part de capital dans les entreprises qu'elles soutiennent. Les accélérateurs, en revanche, investissent un montant spécifique de capital dans les start-ups en échange d'un pourcentage prédéterminé de capitaux propres. Les accélérateurs ont une plus grande responsabilité quant au succès de la start-up en raison du capital qu'ils investissent (Zajicek, 2017).

#### LES PRÊTS

Un prêt est une somme d'argent remboursable donnée à une autre partie en échange du montant du principal du prêt plus les intérêts, selon les conditions convenues par chaque partie avant que l'argent ne soit avancé (Kagan, 2020). Il existe différents types de prêts disponibles pour les entrepreneurs à tous les stades de leur activité, notamment : les prêts renouvelables, les prêts à terme, les microcrédits et les prêts gouvernementaux.

#### LE CRÉDIT COMMERCIAL

Dans le cadre d'un accord interentreprises (B2B), le crédit commercial donne la possibilité à un client d'acheter des

biens sans être obligé de payer comptant à l'avance, mais plutôt de payer le fournisseur à une date ultérieure prévue, qui est d'environ 30, 60 ou 90 jours, la transaction étant enregistrée sur une facture (Kagan, 2019).

#### LE CAPITAL-RISQUE AU STADE DE L'EXPANSION

À un stade ultérieur de l'entreprise, les sociétés de capital-risque, en tant qu'investisseurs privés, fournissent des capitaux à des entreprises susceptibles de connaître une forte croissance en échange d'une participation au capital (Ganti, 2020). Les recherches montrent que les femmes sont sous-représentées dans ce type de financement en raison de la domination masculine qui existe dans l'entrepreneuriat technologique.

#### L'INTRODUCTION EN BOURSE (IPO)

Une introduction en bourse (IPO) désigne le processus consistant à offrir au public des actions d'une société privée dans le cadre d'une nouvelle émission d'actions.

## LE FINANCEMENT DES FEMMES ENTREPRENEURES CANADIENNES

Une grande partie des recherches affirme que les femmes sont moins susceptibles de rechercher des financements de croissance, y compris des capitaux privés, qui sont surtout utilisés par les hommes (Rosa & Sylla, 2016). Les PME détenues majoritairement par des femmes sont moins susceptibles de demander des crédits auprès des institutions financières ou de rechercher des financements auprès de la famille et des amis (Rosa & Sylla, 2016). Il est peu probable qu'elles obtiennent des crédits fournisseurs ou des contrats de location-acquisition, mais elles sont plus susceptibles de recevoir des prêts, des subventions ou des aides publiques (Rosa & Sylla, 2016). Les entreprises détenues à 100 % par des hommes sont quatre fois plus susceptibles de déclarer avoir reçu du capital-risque que les entreprises détenues à 100 % par des femmes (Brush et al., 2014). Les entreprises appartenant à des hommes sont également plus susceptibles de recourir au crédit commercial, au crédit-bail, au capital-risque ou au financement providentiel, tandis que les entreprises appartenant à des femmes sont plus susceptibles d'utiliser une source de financement public.

« Les hommes entrepreneurs ont des relations de plus longue durée avec leurs prêteurs que les femmes ; les femmes entrepreneures sont plus susceptibles d'avoir des relations personnelles avec leur banquier d'affaires que les hommes. »

TABLEAU 1: TYPES DE FINANCEMENT

Modèle financier	Explications	Stade de l'entreprise
Financement de démarrage, informel et intermédiaire	Méthodes permettant de répondre aux besoins de ressources sans dépendre d'un financement extérieur à long terme des détenteurs de dettes et/ou des nouveaux propriétaires	Préamorçage, amorçage, démarrage
Capital providentiel	Fonds des «investisseurs providentiels» fournissent une injection unique pour aider l'entreprise à démarrer ou une injection continue pour soutenir et mener l'entreprise à travers ses débuts difficiles	Préamorçage, amorçage, démarrage
Crowdfunding	Effort collectif de personnes qui travaillent en réseau et mettent leur argent en commun, afin d'investir et de soutenir les efforts initiés par d'autres personnes ou organisations	Tous les stades
Dons	Un don est un capital donné par quiconque à des fins caritatives et au profit d'une cause. Les dons ne sont pas remboursables et il n'y a pas d'attente de remboursement financier pour l'argent donné	Amorçage, démarrage, croissance
Subventions	Les subventions sont des fonds qui sont accordés par un organisme subventionnaire spécifique, notamment le gouvernement, les sociétés, les fondations, les établissements d'enseignement, les entreprises ou un particulier. Les subventions sont souvent perçues comme de l'argent gratuit	Amorçage, démarrage, croissance
Microfinance	La microfinance est définie comme des programmes destinés aux personnes très pauvres pour financer des «projets d'auto-emploi générateurs de revenus» (Sommet du microcrédit, s.d.)	Amorçage, démarrage, croissance
Capital-risque en phase de démarrage	Un investisseur en capital-risque (CR) est un investisseur privé qui fournit des capitaux à des entreprises en phase de démarrage ou présentant un fort potentiel de croissance en échange d'une participation au capital	Amorçage, démarrage, croissance
Accélérateurs et incubateurs	Les accélérateurs et les incubateurs sont soit financés par des fonds publics, soit par du capital-risque et peuvent être une source de financement pour les entrepreneurs	Préamorçage, amorçage, démarrage, croissance
Prêts	L'argent reçu du gouvernement, des banques, des coopératives de crédit, des prêteurs au développement, etc. et qui doit être remboursé	Tous les stades
Crédit commercial	Le crédit commercial est un accord entre entreprises : une forme de financement à 0%, qui permet à l'entreprise d'augmenter ses actifs tout en différant les paiements et en n'accumulant pas d'intérêts pendant la période de paiement convenue	Croissance, Expansion
Capital-risque à stades ultérieurs	À des stades ultérieurs de l'entreprise, les investisseurs privés fournissent des capitaux aux entreprises à forte croissance potentielle en échange d'une participation au capital	Croissance, Expansion
Capital privé	Mobilisation de capitaux frais par la vente d'actions de la société à des investisseurs publics, institutionnels ou à des institutions financières	Croissance, Expansion
Introduction en bourse	L'introduction en bourse est le processus par lequel la société émet des actions au public et inscrit ces titres à la cote d'une bourse de valeurs. Les sociétés font appel public à l'épargne principalement pour acquérir davantage de capitaux à l'extérieur de l'entreprise en vue de l'expansion ou de l'amélioration de leurs activités commerciales	Croissance, Expansion

La littérature en général suggère que les différences entre les genres n'ont pas d'impact sur les taux d'approbation du financement par l'emprunt. Toutefois, certains éléments indiquent que les femmes sont confrontées à des taux de refus plus élevés ou bénéficient de conditions moins favorables lorsqu'elles demandent un prêt (par exemple, des taux d'intérêt plus élevés, des exigences différentes en matière de garantie). En utilisant les données collectées par Statistique Canada (2000 et 2001), Madill, Riding et Haines (2006) ont constaté des différences entre les hommes et les femmes entrepreneures et leurs expériences en matière de financement par l'emprunt (Madill et al., 2006). Les femmes entrepreneures sont moins susceptibles de demander des prêts. Faisant écho à l'argument de l'emprunteur découragé, Madill et ses collègues ont constaté que 5,6 % des femmes entrepreneures ne demandaient pas de prêt par crainte d'être rejetées, comparé à seulement 3,1 % des hommes entrepreneurs. En revanche, les hommes entrepreneurs étaient nettement moins susceptibles de demander un prêt parce qu'ils ne percevaient aucun besoin de financement par rapport aux femmes entrepreneures (86,8 % comparé à 82,3 %). En outre, ils ont constaté des expériences différentes selon le sexe dans leurs relations avec le prêteur. Les hommes entrepreneurs ont des relations de plus longue durée avec leurs prêteurs que les femmes (9,71 ans contre 8,09 ans respectivement,  $t = 3,037$ ,  $p = 0,002$ ); les femmes entrepreneures sont plus susceptibles d'avoir des relations personnelles avec leur banquier d'affaires que les hommes (74 % contre 68 % respectivement) (Madill et al., 2006).

Le sexe n'a pas eu d'impact statistiquement significatif sur les décisions de refus de prêt (après prise en compte de la taille et du secteur des demandeurs de prêt). Les demandes de prêt étaient plus susceptibles d'être rejetées pour les petites entreprises, les entreprises ayant un faible rapport entre les revenus et la demande de prêt, les entreprises pour lesquelles les prêteurs exigeaient des niveaux élevés de garanties personnelles et les entreprises ayant un rapport dette/actifs élevé. (Remarque: cela peut être expliqué pourquoi certaines publications ont constaté un taux de rejet plus élevé pour les femmes, car elles occupent des entreprises de plus petite taille).

Les données de la Kauffman Firm Survey 2004-2006 (États-Unis) ont été recueillies auprès de 4 928 entreprises. Les résultats ont montré que les femmes ont démarré leur entreprise avec des montants d'investissement financier total, de participation au capital et d'endettement nettement inférieurs à ceux des hommes. Dès la troisième année d'activité, environ deux fois plus d'hommes que de femmes ont recours à la dette extérieure (prêts bancaires, lignes de crédit) (dette totale de 41 379 USD contre 22 174 USD, hommes contre femmes) (Coleman & Robb, 2009).

Une méta-analyse réalisée par Poggesi et al. (2016) qui a passé en revue 248 articles publiés au cours des 14 dernières années a révélé que les différences entre les sexes dans les compor-

tements de financement par l'emprunt s'expliquent par deux facteurs :

- Les femmes sont moins susceptibles de demander des crédits/prêts en raison de comportements « auto-discriminatoires » (c'est-à-dire la peur d'être rejetées, et par conséquent ne pas faire de demande);
- le genre de l'emprunteur n'affecte pas la relation emprunteur-prêteur (ou plutôt, les résultats sont mitigés), mais lorsque le « genre de l'organisation » est sans ambiguïté féminin, les femmes entrepreneures doivent faire face à des coûts d'emprunt plus élevés.
- Les femmes ont une perception négative des banques en tant que sources de financement – en raison d'expériences passées, ce qui les dissuade (Poggesi et al., 2016).

### « La littérature empirique sur les différences entre les sexes en matière d'emprunt, de risque et de défaut de paiement est insuffisante, en particulier au Canada. »

Dans une autre étude de Yacus et al. (2019), les données de l'enquête Kauffman sur les entreprises (2004-2011) ont été analysées. Les résultats ont montré que :

- Les femmes chefs d'entreprise à forte croissance sont moins susceptibles de recourir à l'endettement personnel, mais il n'y a pas de différence en ce qui concerne le recours à l'endettement professionnel.
- Cependant, les femmes entrepreneures sont plus susceptibles que les hommes entrepreneurs d'avoir recours au financement par fonds propres personnels plutôt qu'au financement par fonds propres d'entreprise
- Les femmes entrepreneures ont plus de chances d'atteindre une croissance élevée avec un financement par fonds propres qu'avec un financement par emprunt (Yacus et al., 2019).

Pourtant, la littérature empirique sur les différences entre les sexes en matière d'emprunt, de risque et de défaut de paiement est insuffisante, en particulier au Canada. Une étude américaine indique que les femmes célibataires, en tenant compte de l'âge, du niveau d'éducation, de la race et du revenu (mais pas de la situation familiale), ont tendance à avoir des soldes de prêts à tempérament plus élevés, des taux d'utilisation du crédit renouvelable plus élevés et une plus grande prévalence d'antécédents de délinquance et de faillite que les hommes célibataires comparables. Reflétant ces différences dans l'utilisation de la dette et les antécédents de crédit, en moyenne, les consommatrices célibataires ont des scores de crédit

inférieurs à ceux des consommateurs célibataires comparables» (Li, 2018).

Les données de Statistique Canada révèlent que la grande majorité des PME (plus de 83 %) ont utilisé leur propre financement personnel pour démarrer leur entreprise (ISED, 2018). La deuxième source de financement la plus utilisée, à laquelle un tiers environ des entreprises ont accès, est le crédit d'une institution financière. Toutefois, la part des entreprises détenues par des femmes qui utilisent un financement externe pour le démarrage (32,6 %) est inférieure à celle des entreprises détenues par des hommes (37-38 %). De même, parmi les entreprises qui sont entièrement détenues par des femmes, seulement 37,4 % ont reçu un financement externe en 2017, et la plupart de ces entreprises (90,6 %) n'ont pas fait de demande parce que le financement n'était pas nécessaire pour leur activité. Les taux d'emprunt auprès des amis et de la famille ou d'utilisation des bénéfices non distribués sont presque équivalents entre les entreprises détenues par des femmes et celles détenues par des hommes (ISED, 2018). Le tableau 5 montre les sources de financement de démarrage utilisées par les PME selon le pourcentage de propriété détenu par des femmes. Il est important de noter qu'une même entreprise peut utiliser plus d'une source de financement et que c'est généralement le cas. Parmi les entreprises entièrement détenues par des femmes, 68,3 % ont reçu un financement d'une banque à charte nationale, 23,8 % d'une coopérative de crédit, 8,6 % d'institutions gouvernementales et 1,3 % d'un prêteur alternatif en ligne (ISED, 2018).

Les raisons qui expliquent la difficulté des femmes entrepreneures à obtenir un financement sont multiples et sont souvent considérées comme le résultat des choix des femmes. Par exemple, certains affirment que les femmes sont réticentes à prendre des risques (Nelson, 2012) et craignent l'échec (Tsai et al., 2016). En conséquence, elles préfèrent compter sur l'épargne. Même dans le secteur des technologies, 80 % des fondatrices utilisent l'épargne personnelle comme principale source de financement. Les femmes fondatrices de sociétés technologiques sont également moins susceptibles de rechercher un financement auprès de leurs amis, de leur famille, de leurs réseaux et de leurs connaissances (5 % pour les femmes par rapport à 23 % pour les hommes) (Knowledge at Wharton, 2016).

En 2015, les entreprises appartenant à des femmes avaient des taux de croissance et des intentions de croissance plus faibles que celles appartenant à des hommes (Industrie Canada, 2015). Plusieurs obstacles affectent leur croissance, tels que «l'augmentation des coûts des entreprises, les fluctuations de la demande des consommateurs pour les produits ou les services, et l'accroissement de la concurrence (Industrie Canada, 2015). En 2007, les taux de demandes de financement externe « étaient semblables pour les entreprises appartenant à des hommes, les entreprises appartenant à des femmes et les entreprises à parts égales (ISED, 2018). En 2011, le taux était plus faible pour les entreprises appartenant à

des femmes (29 %) que pour celles appartenant à des hommes (37,5 %) et celles appartenant à parts égales à des hommes et à des femmes (36,6 %) (Industrie Canada, 2015). Les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'être des « emprunteurs découragés » et de trouver « trop difficile ou trop long » de demander et d'obtenir un financement (ISED, 2018).

En 2011, les PME à majorité féminine avaient un « ratio de financement par emprunt approuvé par rapport au crédit demandé » inférieur à celui des PME à majorité masculine, mais la différence n'était pas significative en 2014.

« Il ne fait aucun doute que des facteurs sociétaux, institutionnels et individuels jouent un rôle dans l'accès des femmes au financement. Il peut s'agir de stéréotypes et de préjugés omniprésents, mais aussi de processus et de pratiques dans des institutions financières essentiellement façonnées par des systèmes dominés par les hommes. »

## OBSTACLES À L'ACCÈS AU CAPITAL

De nombreuses recherches suggèrent que les femmes se heurtent à des obstacles au financement et que les implications sont importantes pour l'économie mondiale (Constantinidis et al., 2006). Les publications universitaires et populaires indiquent que les femmes sont confrontées à des obstacles structurels et à une discrimination économique renforcée par les lois et la culture ; les femmes sont considérées comme indignes de confiance et peu enclines à prendre des risques à l'échelle mondiale (Merelli, 2018).

Il ne fait aucun doute que des facteurs sociétaux, institutionnels et individuels jouent un rôle dans l'accès des femmes au financement. Il peut s'agir de stéréotypes et de préjugés omniprésents, mais aussi de processus et de pratiques dans des institutions financières essentiellement façonnées par des systèmes dominés par les hommes. Les sociétés canadiennes de capital-risque sont également très genrées, les femmes ne représentant que 15,2 % des partenaires et 11,8 % des associés directeurs de ces sociétés (Female Funders & Highlight Beta, 2019). Les préférences et les comportements des femmes jouent également un rôle. Par exemple, elles sont plus susceptibles de se considérer comme des « emprunteurs découragés » que leurs homologues masculins (Prasad, 2009). Le découragement est également essentiel pour comprendre l'expérience des entrepreneurs de couleur, car il influe sur la manière dont ils choisissent de distinguer les défis inutiles des opportunités méritoires (Neville et al., 2018).

Cependant, des recherches plus récentes suggèrent des raisons d'être optimiste. Certaines des différences entre les hommes et les femmes sont atténuées lorsque la taille et le

TABLEAU 2. FINANCEMENT DE DÉMARRAGE SELON LA PART DES FEMMES DANS LA PROPRIÉTÉ (2017)

Fonds de démarrage	Part des femmes dans la propriété					
	Aucun	1% - 49%	50%	51% - 99%	100%	>50%
Crédit des institutions financières	38,0 %	36,5 %	39,4 %	36,8 %	31,8 %	32,6 %
Utilisation du financement personnel pour les affaires	83,0 %	83,7 %	86,5 %	83,4 %	84,1 %	84,0 %
Financement provenant d'amis ou de parents du/des propriétaire(s) de l'entreprise	16,8 %	18,2 %	17,3 %	18,8 %	15,7 %	16,2 %
Bénéfices non répartis (provenant d'une entreprise précédente ou autre)	11,6 %	11,6 %	12,8 %	18,0 %	11,1 %	12,2 %
Crédit commercial des fournisseurs	17,9 %	14,2 %	17,9 %	14,5 %	9,3 %	10,1 %
Crédit-bail	12,9 %	11 %	9,2 %	5,0 %	7,8 %	7,3 %
Prêts, subventions et contributions non remboursables du gouvernement	3,8 %	4,2 %	3,6 %	6,2 %	4,7 %	4,9 %
Financement par des investisseurs providentiels et des fournisseurs de capital-risque	2,4 %	3,2 %	0,8 %	0,9 %	0,6 %	0,6 %
Autres	2,3 %	3,6 %	1,7 %	5,6 %	2,3 %	2,8 %

Source: ISED (2018). Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises (SFGSME), 2017. Innovation, Science et Développement économique Canada, Gouvernement du Canada. [www.ic.gc.ca/eic/site/o61.nsf/fra/o3o86.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/o61.nsf/fra/o3o86.html).

secteur sont pris en compte dans les données. Par exemple, si l'on tient compte de certains facteurs, les femmes entrepreneures ont autant de chances que les hommes d'avoir accès au financement (Orser et al., 2006). En examinant les différences entre les genres parmi les propriétaires de PME canadiennes cherchant du financement externe (y compris la dette commerciale, le crédit-bail, le financement des fournisseurs et les capitaux propres), et après avoir tenu compte de la taille et du secteur d'activité ainsi que des différences potentielles entre les genres dans les choix stratégiques des propriétaires (taux de demande) et les réponses évaluatives des financiers (taux de refus), la recherche suggère que les entreprises qui sont majoritairement détenues par des femmes sont tout aussi susceptibles que les hommes de chercher du financement externe, mais pas des capitaux propres. Elle conclut également que les hommes et les femmes propriétaires d'entreprises qui font une demande de financement ont les mêmes chances d'obtenir des capitaux » (Orser et al., 2006).

## DE NOUVELLES APPROCHES

On constate que des efforts ont été faits pour combler ces lacunes en matière d'investissement. Les recommandations des groupes de travail sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde entier représentent un appel à l'action (Conseil Canada – États-Unis pour la promotion des femmes entrepreneures et chefs d'entreprise, 2018).

## ACCROÎTRE L'INCLUSION DES SYSTÈMES EXISTANTS

Des efforts ont été réalisés pour rendre l'écosystème financier plus inclusif pour les femmes entrepreneures du monde entier. Les institutions financières canadiennes augmentent leur soutien ciblé aux femmes entrepreneures, mais l'impact de ces nouvelles approches n'est pas encore clair. La Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE), lancée dans

le cadre du budget fédéral 2018, vise à doubler le nombre d'entreprises dirigées par des femmes au Canada d'ici 2025.

« Reconnaisant les obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures, de nouvelles initiatives ont vu le jour pour fournir un soutien ciblé aux femmes entrepreneures dans le secteur technologique au Canada. »

## CAPITAL FINANCIER POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES

Reconnaisant les obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures, de nouvelles initiatives ont vu le jour pour fournir un soutien ciblé aux femmes entrepreneures dans le secteur technologique au Canada. Certaines de ces initiatives sont citées ci-bas.

Les organisations de femmes entrepreneures du Canada (WEOC) fournissent des services de soutien, notamment le développement des compétences commerciales, l'accès au financement, la mise en réseau et les possibilités d'exportation pour les femmes entrepreneures. La 51 réunit des investisseurs et des entrepreneurs accrédités pour démocratiser l'accès au capital féminin pour les entreprises dirigées par des femmes. Sandpiper Ventures investit dans les femmes entrepreneures du secteur technologique à travers le Canada. Les organisations de femmes entrepreneures du Canada (WEOC) fournissent des services de soutien, notamment le développement des compétences commerciales, l'accès au financement, la mise en réseau et les possibilités d'exportation pour les femmes entrepreneures. La 51 réunit des investisseurs et des entrepreneurs accrédités pour démocratiser l'accès au capital féminin pour les entreprises dirigées par des femmes. Sandpiper Ventures investit dans les femmes entrepreneures du secteur technologique à travers le Canada.

Le SheEO finance des entreprises dirigées par des femmes, appelées Activators, qui votent pour que les entreprises reçoivent le financement sous forme de prêt à taux zéro (SheEO, 2019). Le Fonds pour les femmes fondatrices de Startup Canada a été créé pour soutenir les femmes entrepreneures dans les entreprises STEM par le biais de microsubventions, ainsi que de divers services et programmes visant à relever les défis auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures (Startup Canada, 2020). Le Fonds de capital-risque pour les femmes en technologie (WIT) de BDC Capital est également important, car il s'agit de l'un des plus grands fonds de capital-risque au monde consacré à l'investissement et au financement des entreprises technologiques détenues par des femmes, par le biais d'investissements directs et indirects et du développement des écosystèmes. Le programme Fierce Founders de Communittech est un autre exemple et

il en existe bien d'autres. Des chercheurs ont suggéré que certains de ces fonds sont imparfaits et représenteraient un réaménagement des investissements existants plutôt qu'un financement supplémentaire (Merelli, 2018).

## MODÈLES ÉMERGENTS

### LE MICROFINANCEMENT

Une recherche mondiale sur le microfinancement, qui a examiné 350 institutions de microfinance (IMF) dans 70 pays, a révélé que le fait de détenir un pourcentage plus élevé de clientes dans les IMF est associé à un risque de portefeuille plus faible, à moins de radiations et à moins de provisions, tout le reste étant égal. Les programmes de microfinancement contribuent à la capacité des femmes à gagner un revenu, et se traduisent par une autonomisation économique, un bien-être accru pour les femmes et leurs familles, et une plus grande autonomie sociale et politique. En outre, les programmes ou les services auxquels participent les hommes modifient également de manière significative les attitudes et les comportements des hommes, ce qui constitue un élément essentiel pour atteindre l'égalité des sexes (Mayoux, 2002). Les effets d'interaction révèlent que, si l'accent mis sur les femmes est généralement associé à une amélioration du remboursement, cette tendance est plus forte pour les organisations non gouvernementales, les prêteurs individuels et les IMF réglementées (Espallier et al., 2011). Néanmoins, des études sur le microfinancement menées dans le monde entier, dont une récente au Brésil, ont montré que, toutes choses égales, les femmes entrepreneures reçoivent des prêts plus modestes et entraînent des pertes moins importantes pour le prêteur (Agier & Szafarz, 2010). « Bien qu'elles soient plus fiables que les hommes, les femmes entrepreneures semblent subir une malédiction sans fin » (Agier & Szafarz, 2010). D'autres recherches ont confirmé que cela est également vrai pour le microfinancement au Canada, bien que les études à grande échelle sur les institutions financières classiques soient limitées. Si certains ont plaidé en faveur d'une approche bancaire plus neutre sur le plan du genre afin de supprimer les obstacles auxquels sont confrontées les femmes, d'autres ont plaidé en faveur d'une approche plus intelligente sur le plan du genre, en adaptant les approches aux besoins des femmes.

### LE CROWDFUNDING

Les technologies numériques, d'autre part, ont été décrites comme des mécanismes qui « offrent des possibilités de déstabiliser les différences conventionnelles entre les genres en surmontant certains des obstacles structurels qui entravent

l'accès des femmes aux services financiers, en améliorant l'éducation financière et en s'attaquant aux contraintes de mobilité» (Orser et al., 2019). Certaines données suggèrent que le financement par la foule permet d'uniformiser les règles du jeu lorsqu'il s'agit de lever des capitaux». Les campagnes de crowdfunding basées sur des récompenses sont généralement proposées selon l'un des deux modèles suivants, via des objectifs de collecte de fonds fixés par un entrepreneur : La méthode «Keep-It-All» (KIA) (Tout garder), où l'entrepreneur conserve la totalité du montant collecté, même s'il n'atteint pas son objectif, et la méthode «All-Or-Nothing» (AON) (Tout ou Rien), où l'entrepreneur ne conserve rien si l'objectif n'est pas atteint : (Cumming et al., 2020) «Les projets KIA ont tendance à avoir moins de succès, car la foule supporte le risque qu'une entreprise entreprenne un projet qui est sous-financé et donc plus susceptible d'échouer après la campagne» (Cumming et al., 2020).

Un débat est en cours pour savoir lequel des environnements est le plus propice à l'encouragement de l'esprit d'entreprise chez les femmes. Généralement, les plateformes basées sur les récompenses, le «All-Or-Nothing» (AON), telles que Kickstarter, exigent des utilisateurs qu'ils fixent des objectifs de collecte de fonds qui doivent être atteints pour recevoir un financement. En revanche, Indiegogo fonctionne avec un modèle «Keep-it-All» (KIA) où un objectif de collecte de fonds est fixé et où le créateur conserve la totalité du montant collecté, quel que soit le résultat obtenu (Moritz & Block, 2016).

De nouveaux programmes de crowdfunding ont été créés spécifiquement à l'intention des femmes. Par exemple, il existe des programmes de crowdfunding basés sur des récompenses qui soutiennent les femmes entrepreneures : par exemple, ATB Financial, une institution financière basée en Alberta.

## CONCLUSION

Cet article examine l'état actuel du financement des entrepreneurs et les similitudes et différences entre les hommes et les femmes entrepreneures au Canada. Les recherches montrent que les femmes et les hommes ont des attitudes différentes à l'égard du financement en raison de certains obstacles structurels et individuels. Reconnaisant les obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures, plusieurs tendances émergentes ont été observées afin d'améliorer l'accès des femmes au financement. Il s'agit notamment de l'émergence de nouvelles approches de financement, telles que le crowdfunding et le microfinancement, et des efforts visant à lutter contre les préjugés systémiques dans les institutions financières classiques. Le présent document a ses limites. Il se concentre davantage sur le financement des entreprises en phase de démarrage et n'inclut pas les différents types de méthodes de financement social qui ont vu le jour pour

soutenir les femmes entrepreneures. Nous suggérons que le gouvernement, les organisations financières, les éducateurs et les parties prenantes renforcent la capacité des programmes d'éducation financière et numérique pour aider les femmes en mettant l'accent sur la numérisation pour le financement, la commercialisation, le marketing et l'exportation. Les politiques devraient être développées davantage pour fournir le capital humain nécessaire au développement et à la mise en œuvre de la recherche. Il faudrait également accorder une attention suffisante à l'aide à apporter aux femmes pour qu'elles puissent surmonter les obstacles au niveau microéconomique, notamment par le biais de programmes d'autonomisation des femmes.

## REFERENCES

- Agier, I., & Szafarz, A. (2010). *Credit to women entrepreneurs: The curse of the trustworthier sex*. Available at SSRN 1,718,574.
- Atherton, A. (2012), «Cases of start-up financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns», *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(1), 28 – 47.
- Basu, A. & Parker, S. (2001), «Family finance and new business startups», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 63(3), 333-58.
- Beckmann, D. & Menkhoff, L. (2008). «Will women be women? Analyzing the gender difference among financial experts». *Kyklos*, 61(3), 364 – 384.
- Braund, P. & Schwittay, A. (2016). «Scaling inclusive digital innovation successfully: The case of crowdfunding social enterprises». *Innovation and Development*, 6(1), 15 – 29. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2015.1067392>
- Bruhn, M., Carpena, F. & Zia, B. (2012). «Microfinance for Entrepreneurs». *The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance*, 825 – 858.
- Brush, C., Greene, P., Balachandra, L., Davis, A. & Blank, A. M. (2014). *Women entrepreneurs 2014: bridging the gender gap in venture capital*. Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship Babson College. [www.babson.edu/media/babson/site-assets/content-assets/about/academics/centres-and-institutes/blank-institute/global-research/diana-project/diana-project-executive-summary-2014.pdf](http://www.babson.edu/media/babson/site-assets/content-assets/about/academics/centres-and-institutes/blank-institute/global-research/diana-project/diana-project-executive-summary-2014.pdf).
- BusinessLink (October 19, 2016). *The Ultimate Guide to Business Grants*. BUSINESSLINK. <https://businesslink.ca/ultimate-guide-business-grants/>
- Canada-United States Council for Advancement of Women Entrepreneurs and Business Leaders. (2018). «Increasing Women's Access to Capital». [https://advancingwomeninbusiness.com/wp-content/uploads/2018/05/Increasing-womens-access-to-capital\\_Report.pdf](https://advancingwomeninbusiness.com/wp-content/uploads/2018/05/Increasing-womens-access-to-capital_Report.pdf).

- Coleman, S., & Robb, A. (2009). «A comparison of new Firm Financing by gender: Evidence from the Kauffman Firm survey data», *Small Business Economics* 33(4), 397 – 411.
- Constantinidis, C., Cornet, A., & Asandei, S. (2006). «Financing of women-owned ventures: The impact of gender and other owner-and firm-related variables». *Venture capital*, 8(02), 133 – 157.
- Cumming, D. J., Leboeuf, G. & Schwienbacher, A. (2020). «Crowdfunding models: Keep-it-all vs. all-or-nothing». *Financial Management*, 49(2), 331 – 360.
- Escalante, E. (Aug.7, 2018). «Entrepreneurs without money (IX). What type of financing is available for entrepreneurs?» *Eleonora Escalante Strategy*. <https://eleonoraescalantestrategy.wordpress.com/2018/08/07/entrepreneurs-without-money-ix-what-type-of-financing-is-available-for-entrepreneurs>.
- Espallier, B., Guerin, I., Mersland, R. (2011). «Women and repayment in microfinance: A global analysis». *World Development*, 39(5), 758 – 772.
- Female Funders & Highline Beta (2019). *Women in Venture Report 2019*. <https://femalefunders.com/women-in-venture/>
- Freear, J., Sohl, J. E. & Wetzel, W. E., Jr. (1995) «Who bankrolls software entrepreneurs?», in Bygrave, W. D., Bird, B. J., Birley, S., Churchill, N.C., Hay, M., Keeley, R. and Wetzel, W. E., Jr. (Eds.): *Frontiers of Entrepreneurship Research 1995*, Babson College, Wellesley.
- Ganti, H. (March 16, 2020). *Venture Capitalist (VC)*. Investopedia. [www.investopedia.com/terms/v/venturecapitalist.asp](http://www.investopedia.com/terms/v/venturecapitalist.asp)
- Goodman, L., Zhu, J. & Bai, B. (2016). «Women are better than men at paying their mortgages». Urban Institute. [www.urban.org/sites/default/files/publication/84206/2000930-Women-Are-Better-Than-Men-At-Paying-Their-Mortgages.pdf](http://www.urban.org/sites/default/files/publication/84206/2000930-Women-Are-Better-Than-Men-At-Paying-Their-Mortgages.pdf).
- Greenberg, M. & Gerber, E. (2012). «Crowdfunding: A survey and taxonomy». Northwestern University Segal Design Institute (Technical Report 12 – 03)
- Harrison, R.T., Mason, C.M. & Girling, P. (2004) «Financial bootstrapping and venture development in the software industry», *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 16, pp. 307 – 333.
- Hayes, A. (Sep. 4, 2020). Initial Public Offering (IPO). Investopedia. [www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp](http://www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp)
- Industry Canada. (2015). «Majority Female-Owned Small and Medium-Sized Enterprises». [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/MFOSMEs\\_KSBS-PMEDMF\\_PSRPE\\_2015-05\\_eng.pdf/\\$FILE/MFOSMEs\\_KSBS-PMEDMF\\_PSRPE\\_2015-05\\_eng.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/MFOSMEs_KSBS-PMEDMF_PSRPE_2015-05_eng.pdf/$FILE/MFOSMEs_KSBS-PMEDMF_PSRPE_2015-05_eng.pdf)
- ISED (2018). *Survey on financing and growth of small and medium enterprises (SFGSME)*, 2017. Innovation, Science, and Economic Development Canada, Government of Canada. [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/03086.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/03086.html)
- Kagan, J. (July 30, 2019). *Trade Credit*. Investopedia. [www.investopedia.com/terms/t/trade-credit.asp](http://www.investopedia.com/terms/t/trade-credit.asp)
- Kagan, J. (May 26, 2020). *Loan*. Investopedia. [www.investopedia.com/terms/l/loan.asp#:~:text=A%20loan%20is%20when%20money,such%20as%20a%20credit%20card](http://www.investopedia.com/terms/l/loan.asp#:~:text=A%20loan%20is%20when%20money,such%20as%20a%20credit%20card).
- Knowledge at Wharton (May 24, 2016). *Why VCs Aren't Funding Women-led Startups*. <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/vcs-arent-funding-women-led-startups/>
- Kuppuswamy, V. & Bayus, B. L. (2013). «Crowdfunding creative ideas: The dynamics of project backers in Kickstarter». UNC Kenan-Flagler Research Paper, 2013 – 2015.
- Li, G. (2018). *Gender-Related Differences in Credit Use and Credit Score*. [www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/gender-related-differences-in-credit-use-and-credit-scores-20180622.htm](http://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/gender-related-differences-in-credit-use-and-credit-scores-20180622.htm)
- Madill, J. J., Riding, A.L. & Haines, G. H. (2006). «Women entrepreneurs: Debt financing and banking relationships». *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), 121 – 142.
- Mayoux, L. (2002). «Women's empowerment through sustainable microfinance: Rethinking "Best practice."» *Development Bulletin*, 57, 76 – 81. [www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/mfg-en-paper-womens-empowerment-through-sustainable-micro-finance-rethinking-best-practice-2005\\_0.pdf](http://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/mfg-en-paper-womens-empowerment-through-sustainable-micro-finance-rethinking-best-practice-2005_0.pdf).
- Merelli, A. (2018, Jan 17). Two maps explain why women can't raise capital. *Quartz*. <https://qz.com/1176717/risk-averse-and-yet-untrustworthy-how-sexist-bias-affect-womens-access-to-credit-and-funding/>
- Microcredit Summit (n.d.). *What is microfinance? A complete guide*. [www.microcreditsummit.org/what-is-microfinance2.html](http://www.microcreditsummit.org/what-is-microfinance2.html)
- Moresby, P. & Guinea, P. N. (2018). APEC/OECD Capacity Building Package to Accelerate Infrastructure Development and Financing in APEC Economies.
- Moritz, A. & Block, J. H. (2016). Crowdfunding: A literature review and research directions. *Crowdfunding in Europe*, 25 – 53.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M. (2006). The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of small business management*, 44(2), 221 – 244.



- Nelson, J. A. (2012). Are Women Really More Risk-Averse than Men? INET Research Note #012. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2158950> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2158950> INET Research Note #012
- Neville, F., Forrester, J. K., O'Toole, J. & Riding, A. (2018). "Why even bother trying?" Examining discouragement among racial-minority entrepreneurs. *Journal of Management Studies*, 55(3), 424 – 456.
- Orser, B., Elliott, C. & Cukier, W. (2019). Strengthening ecosystem supports for women entrepreneurs. Ontario Inclusion Innovation (i2) Action Strategy. Ottawa, Ontario: Telfer School of Management, University of Ottawa.
- Orser, B. J., Hogarth-scottand, S. and Riding, A.L. (2000). Performance, Firm size, and Management problem solving. *Journal of Small Business Management* 38(4), 42.
- Orser, B., Riding, A. & Manley, K. (2006). Women entrepreneurs and financial capital. *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 30(5), 643 – 665.
- Poggesi, S., Mari, M., & De Vita, L. (2016). What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 735 – 764.
- Prasad, R. M. (2009). Loan hurdles: do banks discriminate against women entrepreneurs? *Academy of Management Perspectives*, 23(4), 91 – 93.
- PwC (July 11, 2017). Women outperform men in seed crowdfunding, according to analysis by PwC and The Crowdfunding Centre. PwC. [www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2017/women-outperform-men-in-seed-crowdfunding-according-to-analysis-by-pwc-and-the-crowdfunding-centre.html](http://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2017/women-outperform-men-in-seed-crowdfunding-according-to-analysis-by-pwc-and-the-crowdfunding-centre.html)
- Ratté, S. (2016). *The scale up challenge: how are Canadian companies performing*. Ottawa: Business Development Bank of Canada, September.
- Rosa, J. & Sylla, D. (2016). *A comparison of the performance of female-owned and male-owned small and medium-sized enterprises. Government of Canada*. [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h\\_03034.html#sect-2](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h_03034.html#sect-2)
- Rowe, A., Dong, L., Landon, J. & Rezkalla, E. (2019). Scaling startups: Challenges in Canada's Innovation Ecosystem. In *ISPIM Conference Proceedings* (pp. 1 – 17). The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).
- Ruffolo, J. (2018). *Canada must learn to scale up to turn innovators to employers*. [www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-commentary/canada-must-learn-to-scale-up-to-turn-innovators-into-employers/article28269017/](http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-commentary/canada-must-learn-to-scale-up-to-turn-innovators-into-employers/article28269017/)
- SheEO (2019). *SheEO is a radically redesigned ecosystem that supports, finances, and celebrates female innovators*. <https://sheeo.world/about-us/>
- Smith, D. (2009). Financial bootstrapping and social capital: How technology-based startups fund innovation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 10(2), 199 – 209.
- Startup Canada (February 2020). *Investing in women entrepreneurs*. [www.startupcan.ca/women-founders-fund/](http://www.startupcan.ca/women-founders-fund/)
- Tsai, K. H., Chang, H. C. & Peng, C. Y. (2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: Roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1127 – 1145
- Van Osnabrugge, M. & Robinson, R. J. (2000). *Angel Investing: Matching Startup Funds with Startup Companies - The Guide for Entrepreneurs and Individual Investors*. John Wiley & Sons.
- Winborg, J. & Landström, H. (2001). Financial bootstrapping in small businesses: Examining small business managers' resource acquisition behaviours. *Journal of business venturing*, 16(3), 235 – 254.
- World Bank (2009). *Doing Business 2009*. Washington, D.C.: A Publication of the World Bank and the International Finance Corporation.
- Yacus, A. M., Esposito, S. E. & Yang, Y. (2019). The Influence of Funding Approaches, Growth Expectations, and Industry Gender Distribution on High- Growth Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 59 – 80.
- Zajicek, H. (May 26, 2017). Accelerator vs. Incubator: Which Is Right for You? *Entrepreneur*. [entrepreneur.com/article/294798](http://entrepreneur.com/article/294798)

# DÉFIS ET OPPORTUNITÉS AUXQUELS SONT CONFRONTÉES LES FEMMES ENTREPRENEURES CANADIENNES EN MATIÈRE DE COMMERCE MONDIAL

**CLARE BECKTON**, BA, LLB (Sask.) MPA (Harvard) (boursière Fulbright et Littauer) est avocate, ancienne cadre supérieure, notamment à la tête de Condition féminine Canada, entrepreneure, auteur de *Own it-Your Success Your Future, Your life* et de nombreux articles, conférencière, mentor et coach très recherchée et défenseuse primée de la promotion du leadership féminin, de la diversité et de l'inclusion. Elle siège et a siégé à plusieurs conseils d'administration d'organisations à but non lucratif, notamment en tant que présidente du conseil d'administration de l'hôpital Queensway Carleton, membre du conseil de direction des femmes de Harvard et actuellement vice-présidente du conseil d'administration du cimetière national Beechwood.

**JANICE McDONALD** est une entrepreneure primée, une des 100 personnalités les plus influentes du WXN en 2016, une conférencière recherchée et un mentor de la Fondation Pierre Elliott Trudeau en 2020. Elle est titulaire d'une licence en communication, d'une maîtrise en études canadiennes, d'un certificat en résolution de conflits de l'ICRC, de son titre ICD.D et d'un MFA. Elle fait partie de la première cohorte mondiale de The Power MBA. Women in Trade-Los Angeles lui a décerné le titre d'ambassadrice commerciale mondiale pour le Canada en 2017, et en 2018, elle a reçu le prix Inspiring Fifty women in tech. Son livre de 2020, *Fearless. Girls with Dreams, Women with Vision* est un best-seller national. Son podcast Fearless Women, populaire et influent, en est actuellement à sa deuxième saison.

---

## INTRODUCTION

Les petites et moyennes entreprises (PME) sont l'épine dorsale de l'économie canadienne, les petites entreprises employant 8,29 millions de personnes (69,7%), et les moyennes entreprises employant 2,37 millions de personnes (19,9%) (Gouvernement du Canada, 2019). Les femmes font partie intégrante et croissante des PME et considèrent de plus en plus l'entrepreneuriat, y compris le travail autonome, comme une source d'opportunités pour générer des revenus, créer un produit ou des services pour répondre à un besoin sur le marché et créer une meilleure intégration travail-vie selon leurs propres conditions. Bien que l'exportation soit un important moteur de croissance économique et d'innovation pour les entrepreneurs, les entreprises canadiennes n'ont pas pleinement tiré profit du potentiel des marchés internationaux pour assurer leur croissance, notamment les entreprises appartenant à

des femmes, qui sont moins susceptibles d'exporter que les entreprises appartenant à des hommes, en partie à cause d'obstacles et de défis supplémentaires. De nombreuses femmes entrepreneures utilisent l'exportation comme source de croissance. Il existe des possibilités visant à augmenter le nombre de femmes entrepreneures engagées dans l'exportation en s'attaquant aux obstacles et aux défis, et c'est le but de cet article : trouver des solutions transformatrices et pratiques pour encourager les entreprises détenues par des femmes à exporter.

L'exportation de produits et de services est un moyen de croissance et une opportunité d'accroître l'impact sur de multiples marchés en obtenant un meilleur éventail de besoins différents des clients, d'améliorer l'efficacité, d'innover en générant de nouvelles idées et en étant exposé à de nouvelles technologies et de nouveaux processus, ainsi que de faire du

travail à moindre coût (Brown, 2017). En 2018, les exportations représentaient 30,2% du PIB du Canada et s'élevaient à 672 milliards de dollars (Allen, 2018; Statistique Canada, 2017). Les récents accords commerciaux ont élargi les marchés potentiels et augmenté les opportunités pour les entreprises. Pourtant, ces opportunités n'ont pas été pleinement exploitées dans de nombreux cas parce que les entrepreneurs n'en sont pas conscients, ont besoin d'informations supplémentaires concernant les processus d'exportation ou manquent de financement nécessaire. Toutefois, le marché intérieur relativement restreint du Canada oblige de nombreuses entreprises à se tourner vers les marchés mondiaux pour se développer (Manseau, 2017). En plus d'être souvent plus grandes et meilleures au niveau mondial que les entreprises similaires qui sont orientées vers le marché intérieur, les entreprises exportatrices sont plus susceptibles de connaître une croissance plus élevée que les entreprises non exportatrices. En effet, entre 2009 et 2011, 10 % des exportateurs ont réalisé une croissance annuelle de 20 % ou plus de leurs ventes, contre 8 % pour les non-exportateurs (Seens, 2015; Organisation mondiale du commerce, 2017).

« Les entreprises canadiennes n'ont pas pleinement tiré profit du potentiel des marchés internationaux pour assurer leur croissance, notamment les entreprises appartenant à des femmes, qui sont moins susceptibles d'exporter que les entreprises appartenant à des hommes, en partie à cause d'obstacles et de défis supplémentaires. »

Des défis et des opportunités existent pour les femmes entrepreneures qui envisagent d'accéder à des marchés diversifiés. Récemment, nous avons réalisé une étude sur les défis et les opportunités auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures lorsqu'elles cherchent à exporter. Les conclusions de cette étude se rapportent à un monde antérieur à la COVID-19. Plus que jamais, le Canada a besoin de profiter pleinement des possibilités de croissance que représentent les femmes entrepreneures, avec leur esprit d'innovation, leurs connaissances et leur désir de se développer. Les femmes entrepreneures ont été durement touchées par COVID-19 et ont maintenant besoin de soutien pour se développer et prospérer.

## REVUE DE LA LITTÉRATURE

La revue de la littérature a consisté en une analyse de la littérature et des rapports actuels portant sur l'écosystème de l'exportation, les avantages de l'exportation et les facteurs qui entrent en jeu lorsque les entrepreneurs envisagent d'exporter comme moyen de croissance. La littérature reconnaît que les décisions des femmes entrepreneures sont multidi-

mensionnelles et influencées par leur secteur d'activité et leur taille. Il existe souvent des différences structurelles lorsque l'on examine les défis auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées dans leur désir d'exploiter les opportunités d'exportation comme source de croissance. Les entreprises féminines ont tendance à être plus petites et principalement dans le secteur du commerce de détail et des services, et certaines ne sont pas constituées en société, ce qui affecte leur éligibilité aux subventions et aux fonds.

« Plus que jamais, le Canada a besoin de profiter pleinement des possibilités de croissance que représentent les femmes entrepreneures, avec leur esprit d'innovation, leurs connaissances et leur désir de se développer. »

Selon un rapport de 2018 du Conference Board du Canada, les exportations de biens canadiens ont connu une expansion atteignant 483,6 milliards de dollars en 2017, dont 41,9 % provenaient de PME (Gouvernement du Canada, 2019b). Cependant, 93 % de toutes les PME déclarent que leur destination de vente se situe dans leur municipalité locale ou leur région et seulement 11,7 % des PME canadiennes vendent leurs produits à l'extérieur du Canada. Il existe des possibilités permettant une expansion des marchés mondiaux et d'aider les PME canadiennes à adopter une attitude plus internationale (Gouvernement du Canada, 2019b).

Sans surprise, le principal marché visé par les exportateurs est les États-Unis (Seens, 2015), mais avec l'accès croissant à la technologie, les accords commerciaux et une libéralisation accrue, de nouveaux marchés s'ouvrent comme l'Amérique latine, l'Europe centrale et orientale, ainsi que l'Asie du Sud-Est, même si les exportateurs canadiens ont été réticents à tenter de pénétrer des marchés moins traditionnels (Hall, 2019). Il ne fait aucun doute qu'en plus de permettre d'accroître le nombre de consommateurs et de connaissances, l'exportation est également un moyen de renforcer la résilience et de faire face plus efficacement aux fluctuations du marché intérieur et du cycle économique; elle permet de répartir le risque, de réduire la volatilité de 20 %, de relancer la croissance et de prolonger le cycle de vie des produits (Garcia-Vega, & Spaliara, 2012; Deloitte, 2014; Dzhumashev, Mishra, & Smyth, 2016).

En ce qui concerne les femmes entrepreneures qui exportent, un nombre écrasant de facteurs ayant un impact sur leur propension à exporter sont structurels (Gouvernement du Canada, 2020). Elles peuvent se trouver dans des secteurs moins susceptibles d'exporter, leurs entreprises sont généralement plus petites et plus jeunes, et parfois, elles préfèrent fournir des services à leur communauté. Néanmoins, le pourcentage de PME détenues majoritairement par des femmes qui exportent a doublé, passant de 7,4 à 14,8 % de 2011 à 2017 selon Global Affaires Canada (Bauer, 2019).

Les principaux défis en matière d'exportation auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées sont nombreux et, selon l'enquête 2017 sur le financement et la croissance des PME (SFGSME), peuvent être résumés en cinq catégories :

- Différences dans la perception des risques et des obstacles : les femmes ont tendance à identifier davantage d'obstacles logistiques, d'obstacles frontaliers, de risques financiers, etc.;
- Ressources financières: les femmes ont tendance à avoir plus de mal à trouver des investisseurs, des mentors, des réseaux, et finissent souvent par utiliser leurs biens personnels pour se financer, ce qui peut ralentir la croissance (Beckton, McDonald, & Marquis-Bissonnette, 2018);
- Biais en faveur du secteur technologique: Une grande partie du financement des entrepreneurs tend à aller dans le secteur technologique, qui n'est pas le principal secteur d'activité des femmes entrepreneures (Beckton, McDonald, & Marquis-Bissonnette, 2018);
- Compétences technologiques: Les connaissances en matière de technologie du commerce électronique sont souvent insuffisantes (Beckton, McDonald, & Marquis-Bissonnette, 2018; Arendt, 2008);
- Fardeau du travail non rémunéré pour les femmes: Les femmes s'occupent encore de manière disproportionnée du travail émotionnel à la maison, ce qui peut conduire les femmes entrepreneures à manquer d'importantes opportunités (Cesaroni, & Paolono, 2016).

Ce qui ressort de la littérature est un plus grand besoin d'informations (et d'informations plus centralisées) ainsi que davantage de soutien et de ressources. De nombreuses ressources existent, mais de manière plus standardisée, qui ne conviennent peut-être pas aux femmes entrepreneures, et par le biais de réseaux et de canaux dans lesquels elles ne sentent peut-être pas encore les bienvenues.

## MÉTHODOLOGIE

Cette recherche s'appuie sur les résultats d'entretiens approfondis avec 96 femmes entrepreneures. Les personnes interrogées ont été identifiées grâce à de multiples méthodes de sélection, notamment l'autosélection, les lauréates, les recommandations de collègues entrepreneurs, les recommandations d'organisations de l'écosystème telles que les centres d'affaires pour femmes et les organisations de femmes immigrantes, afin d'assurer une représentation dans tout le Canada, une diversité de secteurs et des entreprises de différentes tailles. 53 des entrepreneurs interrogés exportaient leurs produits ou

services, 29 envisageaient d'exporter et 15 étaient dans des entreprises où l'exportation était moins envisageable.

Cette recherche s'appuie également sur les résultats d'une enquête menée par EDC, un partenaire de l'étude, qui compare les expériences et les perspectives de 815 entrepreneurs, dont 463 femmes et 261 hommes. Ces enquêtes auprès des entrepreneurs ont été menées avec un panel d'entreprises par l'intermédiaire de Maru/Blue, et présentent des caractéristiques similaires au profil général des entreprises canadiennes en termes de région, de taille et de secteur de haut niveau. Les répondants étaient des propriétaires d'entreprises ou des dirigeants au sein de l'entreprise. Les entrepreneurs interrogés étaient diversifiés en termes de secteurs, de taille et d'âge des entreprises, ainsi qu'en termes d'antécédents des entrepreneurs eux-mêmes. Parmi les répondants, 23 % des femmes et 19 % des hommes étaient racialisés, 9 % des femmes et 10 % des hommes avaient un handicap et 4 % des hommes et des femmes étaient autochtones, ce qui constitue un bon échantillon d'expériences.

## ENTRETIENS AVEC DES FEMMES ENTREPRENEURES

Cette section comprend les résultats d'entretiens avec 96 femmes entrepreneures visant à nous aider à comprendre les facteurs qui influencent les décisions d'exporter. Il était évident qu'il y avait à la fois un désir d'exporter pour la croissance là où cela était économiquement et logistiquement pertinent, ainsi qu'une reconnaissance des risques financiers et autres et des exigences en matière d'information sur les marchés et de logistique. Les femmes entrepreneures sont ambitieuses, résilientes, innovantes et souvent désireuses de développer leur entreprise grâce à des opportunités d'exportation. Ces entretiens ont fait ressortir un certain nombre de thèmes qui nous aident à mieux comprendre à la fois les défis et les solutions potentielles. Les principaux thèmes sont les suivants : l'importance de l'exportation, les facilitateurs de l'exportation, les défis à l'exportation et les soutiens nécessaires.

« Les femmes entrepreneures sont ambitieuses, résilientes, innovantes et souvent désireuses de développer leur entreprise grâce à des opportunités d'exportation. »

## IMPORTANCE DE L'EXPORTATION

Plusieurs ont perçu la chance d'exporter comme une opportunité importante de développer leurs entreprises et ont tenu à dire, comme l'a dit un répondant, « développer leur entreprise en dehors du Canada ». Un autre a mentionné que grâce à l'exportation « en 5 ans, je peux transformer cette entreprise

en une grande entreprise mondiale, si je peux positionner l'entreprise correctement... je dois naviguer dans le système». Il est clair que l'importance de l'exportation n'échappe pas aux femmes entrepreneures. Même celles qui n'ont jamais vraiment envisagé l'exportation auparavant s'y intéressent maintenant, ou du moins s'y intéressent pour en savoir plus. Une sage répondante a déclaré que « nous devons faire en sorte que les femmes réfléchissent aux opportunités mondiales. Nous pouvons ainsi éliminer la peur et démystifier l'exportation ». Cette citation particulière met en lumière un point important de la littérature: la nécessité de clarifier le processus et de fournir davantage de soutien et de ressources.

Bien que l'importance de l'exportation soit bien comprise, certaines femmes entrepreneures préfèrent encore se concentrer sur les marchés locaux et nationaux, qui sont pour elles un défi suffisant.

## FACILITATEURS DE L'EXPORTATION

L'exportation est un processus qui demande beaucoup de travail et les personnes interrogées ont identifié différents outils pouvant aider à faciliter le processus, incluant le fait d'avoir une stratégie bien définie telle que la mise en place de réseaux et de connexions. Une femme a décrit comment le fait d'avoir un stand près de celui du Service des délégués commerciaux lors d'un salon professionnel a permis d'établir des liens, et une autre a mentionné les réseaux de femmes d'affaires et d'autres organisations de ce type. Grâce au réseautage, il est également possible de trouver des mentors et des commanditaires qui aideront à ouvrir des portes et à partager des connaissances, des informations et des expériences. Le commerce électronique a également été mentionné comme un catalyseur de l'exportation et est de plus en plus utilisé comme moyen de faire des affaires grâce à la COVID-19. Bien qu'elles ne soient pas sans inconvénient, des plates-formes telles que Shopify facilitent le commerce en ligne.

« Les entretiens ont mis en évidence un défi majeur : le besoin d'informations opportunes, pertinentes et accessibles concernant les marchés potentiels, la logistique d'exportation des produits et les règles juridiques et douanières. »

Les gouvernements et les agences ont également un rôle important à jouer pour permettre aux femmes entrepreneures de devenir des exportatrices prospères. Beaucoup attribuent leur succès au soutien et aux services qu'elles ont reçus d'organisations telles qu'Exportation et développement Canada, la Banque de développement du Canada, le programme Trace Accelerator, etc. Les femmes entrepreneures se sont senties mieux équipées pour développer leurs entreprises à

l'échelle mondiale après avoir participé à des programmes de formation à l'exportation.

## LES DÉFIS DE L'EXPORTATION

« Les femmes entrepreneures gèrent souvent à la fois leurs responsabilités familiales et leur entreprise, ce qui les oblige à se concentrer sur l'utilisation optimale de leur temps. »

Même les exportateurs les plus expérimentés ont été honnêtes quant à la présence de défis à relever. Élaborer la bonne stratégie est un défi, et le fait de trouver le financement pour la mettre en œuvre peut également être difficile. Bien qu'il existe une mine d'informations pour les entrepreneurs sur la manière d'étendre et de développer leurs activités, de nombreuses femmes entrepreneures ne savaient pas où et vers qui se tourner pour obtenir des conseils pertinents. Même les femmes entrepreneures qui exportent déjà ont mentionné cette même préoccupation lorsqu'elles ont des doutes ou des questions. Les entrepreneurs ont exprimé le désir de parler à une « vraie personne » qui pourrait les aider à parcourir le chemin qui les mènera à la réussite en tant qu'exportatrice. Bien que les informations écrites et les vidéos soient utiles, elles se retrouvent souvent avec des questions sans réponse concernant leur entreprise ou leur secteur d'activité. Les femmes entrepreneures souhaitent être mieux soutenues dans leur démarche et être mieux guidées pour trouver les bonnes informations et être informées sur les ressources et les services auxquels elles peuvent accéder. Les entretiens ont mis en évidence un défi majeur : le besoin d'informations opportunes, pertinentes et accessibles concernant les marchés potentiels, la logistique d'exportation des produits et les règles juridiques et douanières. Le commentaire d'un entrepreneur selon lequel « s'il faut plus de 15 minutes pour les trouver, alors elles ne sont pas utiles » décrit les préoccupations exprimées par de nombreux entrepreneurs. Beaucoup (dont certains exportateurs) ne connaissaient pas les services offerts par le service des délégués commerciaux ou par Exportation et développement Canada et certains qui avaient utilisé le service n'étaient pas satisfaits du résultat.

Les femmes entrepreneures gèrent souvent à la fois leurs responsabilités familiales et leur entreprise, ce qui les oblige à se concentrer sur l'utilisation optimale de leur temps. Même si cette étude a été menée avant la pandémie, la COVID-19 a exacerbé leur défi avec la fermeture des écoles et des garderies. Les informations préliminaires suggèrent que les femmes assument une plus grande part des responsabilités supplémentaires liées à la garde des enfants et à la scolarisation. Cela se traduit facilement par moins de temps pour leurs affaires à un moment où une attention renouvelée est

essentielle à la fois pour la survie et le renouvellement. Cela souligne une fois de plus la nécessité de trouver rapidement et facilement les informations pertinentes.

« Un désir a été exprimé afin que les conseils d'administration et les organisations commerciales existantes s'ouvrent davantage aux femmes entrepreneures et à leurs besoins. »

Si les réseaux sont la clé de la capacité à relever les multiples défis de l'exportation, l'accès aux réseaux pertinents peut représenter un énorme défi. Une exportatrice prospère a décrit son réseau comme étant la source d'informations importantes et d'enseignements tirés de l'expérience des membres de son réseau. Ceux qui n'ont pas de réseau ont eu du mal à en trouver un qui soit pertinent et qui justifie l'utilisation du temps limité dont ils disposent. Un désir a été exprimé afin que les conseils d'administration et les organisations commerciales existantes s'ouvrent davantage aux femmes entrepreneures et à leurs besoins. Certaines femmes entrepreneures ont pris les devants et ont créé leurs propres réseaux. Bien que tous les réseaux de femmes soient importants, il est tout aussi important pour les femmes d'être connectées à des réseaux d'entreprises plus larges qui s'efforcent de devenir plus inclusifs.

L'un des principaux éléments d'information recherchés était l'information commerciale. Souvent, les petites entreprises n'avaient pas les moyens de se payer une étude d'intelligence économique et n'avaient pas non plus de membres d'équipe qui pouvaient consacrer leur temps à ces études. Celles qui avaient accès à une bonne information commerciale ont trouvé celle-ci très utile pour guider leur choix de marché et le moment de leur entrée sur le marché. Une entrepreneure a décrit comment une étude d'intelligence du marché réalisée par une agence provinciale lui a permis de comprendre le marché potentiel et de mieux se préparer à y entrer. La connaissance des procédures, des légalités et des règles douanières a également été citée comme un défi, tant dans les entretiens que dans l'enquête.

Les autres défis importants mentionnés par les personnes interrogées étaient l'accès aux programmes de diversité des fournisseurs pour les achats préférentiels, la concurrence pour les talents et l'expertise qui est déjà difficile pour les grandes entreprises, mais encore plus pour les PME, la recherche de fabricants et de fournisseurs fiables, la discrimination et la difficulté à être prise au sérieux en tant que femme et surtout en tant que jeune femme (ou femme plus âgée).

## LES SOUTIENS NÉCESSAIRES

Ce dont les femmes entrepreneures ont besoin, c'est d'un

meilleur accès à l'information et au soutien, afin qu'elles soient mieux informées sur le processus d'exportation et sur toutes les ressources et aides qui leur sont offertes. La navigation dans le système doit devenir plus facile et plus efficace en fournissant un schéma directeur bien défini sur la manière de faire les choses, en précisant les voies à suivre. Les femmes entrepreneures bénéficient également d'un plus grand nombre de modèles et de témoignages de réussite d'autres femmes entrepreneures... Elles ont besoin d'un meilleur accès au financement, et l'écosystème global doit devenir plus inclusif et plus diversifié afin d'être plus accueillant pour les femmes entrepreneures. Le fait d'être une femme, que vous soyez plus jeune ou plus âgée, ne doit pas être un obstacle.

## SONDAGE

« L'une des principales conclusions de l'enquête est que si 44 % des entreprises détenues par des hommes exportent en tant que stratégie de croissance globale pour leur entreprise, seules 29 % des entreprises détenues par des femmes font de même. »

Le sondage a été envoyé aux hommes et aux femmes et a révélé des différences dans l'expérience déclarée des hommes et des femmes entrepreneures et dans la taille de leur entreprise. Par exemple, alors que 52 % des entreprises dirigées par des femmes ont déclaré un chiffre d'affaires inférieur à 250 000 dollars, seuls 31 % des entreprises dirigées par des hommes ont fait état de chiffres similaires. Un autre point clé qui ressort de l'enquête est que 26 % seulement des entreprises détenues par des femmes ont été constituées en société, contre 41 % pour les entreprises détenues par des hommes. Le fait de ne pas être une entreprise constituée en société aurait indéniablement un impact sur les types de ressources dont elles disposent, y compris le financement, qui est l'un des principaux défis mentionnés ci-dessus. Comme l'indique l'analyse documentaire, les femmes ont des entreprises plus petites avec un nombre d'employés moins important. De manière générale, les principales conclusions de l'enquête font écho et valident ce qui a été transmis par les femmes entrepreneures qui ont été interrogées. La littérature a montré qu'une grande partie des ressources était inégalement répartie par secteur, favorisant la technologie, et les entreprises détenues par des femmes ont deux fois moins de chances d'être dans le secteur des TIC (5 % contre 11 % pour les entreprises détenues par des hommes) selon les résultats de l'enquête. Dans les secteurs fortement exportateurs, tels que la technologie, l'informatique, les produits logiciels et les produits manufacturés, les entreprises détenues par des hommes sont deux à trois fois plus présentes.

L'une des principales conclusions de l'enquête est que si 44 % des entreprises détenues par des hommes exportent en tant que stratégie de croissance globale pour leur entreprise, seules 29 % des entreprises détenues par des femmes font de même. En effet, 60 % des femmes propriétaires d'entreprises ont mentionné l'exportation parce que les clients recherchaient leurs services ou produits ou services à l'étranger, contre seulement 48 % des hommes propriétaires d'entreprises. Cela peut indiquer que les entreprises dirigées par des hommes ont tendance à être plus audacieuses dans leurs efforts pour exporter, tandis que les entreprises dirigées par des femmes sont plus susceptibles d'attendre d'être poussées à le faire par la demande. Cela n'est pas surprenant compte tenu des difficultés signalées par les femmes entrepreneures.

Le principal obstacle cité par les répondants à l'enquête fait également écho à ce qui a été mentionné dans les entretiens. 34 % des femmes propriétaires d'entreprises ont indiqué ne pas connaître les procédures et la paperasserie nécessaires pour vendre leurs produits et services à l'étranger, contre seulement 19 % pour les hommes propriétaires d'entreprises. Cela résume bien ce qui a été dit précédemment, à savoir qu'il existe un besoin urgent de clarifier les voies d'exportation. Cela est d'autant plus vrai que 41 % des femmes propriétaires d'entreprises ayant répondu à l'enquête ont décrit leur niveau d'alphabétisation concernant leur compréhension des besoins de leur entreprise pour pénétrer de nouveaux marchés et élargir leur base de consommateurs en dehors du Canada comme étant « débutant ». Seuls 23 % des hommes propriétaires d'entreprises se sont décrits comme « débutants ». Des parcours plus clairs ainsi qu'une meilleure orientation pour explorer les ressources et les aides disponibles permettraient d'améliorer le niveau d'alphabétisation et de favoriser la propension à l'exportation.

## DISCUSSION ET CONCLUSIONS

En examinant les histoires de femmes entrepreneures prospères, quelques caractéristiques se sont dégagées de l'étude. Elles ont tendance à être plus grandes et dans des secteurs plus enclins à l'exportation. Ces femmes recherchent activement des informations, des réseaux et des mentors pour obtenir le soutien nécessaire à leur réussite. Les femmes entrepreneures qui réussissent en général sont également plus expérimentées, car elles sont en affaires depuis longtemps, ambitieuses et plus tolérantes au risque. Les femmes immigrées chefs d'entreprise étaient également plus enclines à voir les possibilités d'exportation et de gestion de leur entreprise au niveau mondial. Enfin, les femmes entrepreneures qui ont réussi sont plus susceptibles d'avoir participé aux différents programmes proposés et d'avoir profité de toutes les ressources disponibles en général.

Comme l'ont souligné les entretiens et l'enquête, il est nécessaire

d'améliorer encore les services, en particulier pour les femmes entrepreneures. Les avantages de l'exportation doivent être davantage mis en évidence et des modèles plus diversifiés doivent être présentés. Tous les outils et soutiens disponibles doivent être davantage diffusés et rendus plus accessibles par le biais de sources fréquentées par les femmes entrepreneures, afin que la navigation dans le processus commence par une exportation plus conviviale et moins laborieuse. Les avantages de l'exportation pour l'économie canadienne sont évidents. Par conséquent, les femmes entrepreneures qui réussissent doivent être sollicitées et encouragées de manière proactive à exporter et nous devons veiller à ce qu'elles aient facilement accès aux informations concernant les services, les informations sur le marché, les subventions, les informations juridiques, les informations sur les taxes et les tarifs, les possibilités de mise en réseau, etc.

« Les femmes entrepreneures qui réussissent doivent être sollicitées et encouragées de manière proactive à exporter et nous devons veiller à ce qu'elles aient facilement accès aux informations concernant les services, les informations sur le marché, les subventions, les informations juridiques, les informations sur les taxes et les tarifs, les possibilités de mise en réseau. »

La promotion des avantages de l'exportation devrait également consister à encourager les femmes à accroître leurs compétences et leurs connaissances et à tirer parti des programmes qui leur sont proposés, tels que le Programme d'accélération du commerce, qui est soutenu par Exportation et développement Canada et le Forum pour le commerce international. Une autre piste intéressante pour encourager les femmes à penser plus globalement serait de les inciter à participer à des programmes de diversité des fournisseurs qui pourraient accroître leurs possibilités d'exportation.

Bien que les données de cette étude aient été recueillies avant la pandémie, nous savons maintenant que les femmes ont été les plus touchées par la COVID-19 en ce qui concerne l'emploi et l'entrepreneuriat, car la majorité des entreprises détenues par des femmes se trouvent dans les secteurs du commerce de détail et des services qui ont été touchés de manière négative. Une étude récente du PCFE confirme cet impact disproportionné sur les entreprises détenues par des femmes. Avant la COVID-19, de nombreux entrepreneurs interrogés avaient du mal à obtenir un financement ou à s'autofinancer lorsqu'ils décidaient d'exporter. Si certaines entreprises ont prospéré pendant la pandémie parce que leurs secteurs n'ont pas été aussi touchés ou parce qu'elles ont pu faire pivoter leur activité vers l'Internet ou fournir différents produits ou services nécessaires pendant la pandémie, beaucoup ne l'ont pas fait,

notamment dans l'hôtellerie et le tourisme et d'autres secteurs les plus touchés par la COVID-19. Si les femmes entrepreneures ont tendance à être innovantes, leur capacité à survivre dans le climat actuel a été limitée par les problèmes de loyers, les ralentissements d'activité et toutes les autres exigences. La croissance des entreprises dirigées par des femmes est essentielle à la santé de l'économie au Canada, mais ces dernières ont du mal à survivre, et plus particulièrement dans le contexte de la pandémie.

Les programmes conçus pour aider les entreprises touchées par la COVID-19 excluent souvent les entreprises appartenant à des femmes en raison de leur taille et du nombre de leurs employés. Si les programmes d'aide ne sont pas modifiés, il y aura des répercussions négatives à plus long terme pour les entreprises qui ne peuvent pas se redresser et pour l'économie. Une entrepreneure a récemment déclaré qu'elle n'était pas en mesure de payer le loyer de son magasin nouvellement ouvert et ne sait pas si elle peut survivre. Une histoire qui est partagée par beaucoup d'autres. Il ne fait aucun doute que le paysage des entreprises sera différent après la COVID-19.

« Les femmes apportent de nombreux atouts à leur entrepreneuriat, tels que la collaboration et les partenariats, la résilience et l'innovation. Ces atouts sont indispensables pour que le Canada puisse se remettre avec succès de la pandémie. »

Il n'existe pas de feuille de route pour l'économie post-COVID-19. Tous les soutiens mentionnés dans le rapport seront plus importants que jamais. Il sera encore plus difficile d'identifier les marchés prometteurs et de faire face aux chaînes d'approvisionnement instables, aux fermetures et aux restrictions aux frontières, qui subissent l'impact à la fois de la pandémie et de la politique mondiale. L'accès à des informations pertinentes et à un soutien financier est plus que jamais nécessaire pour permettre aux femmes entrepreneures de prospérer. Les femmes apportent de nombreux atouts à leur entrepreneuriat, tels que la collaboration et les partenariats, la résilience et l'innovation. Ces atouts sont indispensables pour que le Canada puisse se remettre avec succès de la pandémie.

## REFERENCES

Allen, S. (2018, March 31). «The Canadian Economy at a Glance». InvestorsFriend. [www.investorsfriend.com/canadian-gdp-canadian-imports-and-exports/](http://www.investorsfriend.com/canadian-gdp-canadian-imports-and-exports/)

Arendt, L. (2008). «Barriers to ICT adoption in SMEs: how to bridge the digital divide?» *Journal of Systems and Information Technology*, 10(2), 93 – 108.

Baur, A. A. B. (2019). Women-owned Exporting Small and Medium Enterprises. [https://www.international.gc.ca/trade-commerce/assets/pdfs/economist-economiste/analysis-analyse/women-owned-export-entreprises\\_femmes-eng.pdf](https://www.international.gc.ca/trade-commerce/assets/pdfs/economist-economiste/analysis-analyse/women-owned-export-entreprises_femmes-eng.pdf)

Beckton, C., McDonald, J. & Marquis-Bissonnette, M. (2018). «Everywhere, Everyday, Innovating: Women Entrepreneurs and Innovation». <https://carleton.ca/creww/wp-content/uploads/here.pdf>.

Brown, B. (2017, August 10). «7 Reasons Why Exporters Do Better». Export Development Canada. [www.edc.ca/en/blog/why-exporters-are-more-successful.html#1](http://www.edc.ca/en/blog/why-exporters-are-more-successful.html#1)

Cesaroni, F. M., & Paoloni, P. (2016). «Are family ties an opportunity or an obstacle for women entrepreneurs? Empirical evidence from Italy». *Palgrave Communications*, 2(1), 1 – 7.

Deloitte (2014). *The Future of Productivity: Smart Exporting for Canadian Companies*. Deloitte Canada

Dzhumashev, R., Mishra, V. & Smyth, R. (2016). «Exporting, R&D investment and firm survival in the Indian IT sector». *Journal of Asian Economics*, 42, 1 – 19.

Garcia-Vega, M., Guariglia, A., & Spaliara, M. E. (2012). «Volatility, financial constraints, and trade». *International Review of Economics & Finance*, 21(1), 57 – 76.

Government of Canada. (2019). *Key Small Business Statistics - January 2019*. [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h\\_03090.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h_03090.html)

Government of Canada (2019b). *Trade and small and medium-sized enterprises*. [www.international.gc.ca/trade-commerce/sme-pme/sme-roles-pme.aspx?lang=eng](http://www.international.gc.ca/trade-commerce/sme-pme/sme-roles-pme.aspx?lang=eng)

Government of Canada (2020). *Business Women in International Trade*. [www.tradecommissioner.gc.ca/businesswomen-femmesaffaires/index.aspx?lang=eng&](http://www.tradecommissioner.gc.ca/businesswomen-femmesaffaires/index.aspx?lang=eng&)

Hall, P.G. (2019). *As the World diversifies, will we?* EDC. [www.edc.ca/en/weekly-commentary/as-the-world-diversifies.html](http://www.edc.ca/en/weekly-commentary/as-the-world-diversifies.html)

Manseau, Amélie. (2017). *Why more Canadian Business should be exporting*. Extrait de Export Development Canada [www.edc.ca/en/blog/reasons-to-export.html](http://www.edc.ca/en/blog/reasons-to-export.html)

Seens, D. (2015). *SME Profile: Canadian Exporters*. Industry Canada. [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/SMEPCE-PPMEEC\\_2015\\_eng.pdf/\\$file/SMEPCE-PPMEEC\\_2015\\_eng.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/SMEPCE-PPMEEC_2015_eng.pdf/$file/SMEPCE-PPMEEC_2015_eng.pdf).

Statistics Canada. (2017). *Measuring Canadian Export Diversification*. Statistics Canada. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-605-x/2017001/article/54890-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-605-x/2017001/article/54890-eng.htm)

World Trade Organization (2017). *Gender Aware Trade Policy*. [www.wto.org/english/news\\_e/news17\\_e/dgra\\_21jun17\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/news_e/news17_e/dgra_21jun17_e.pdf).



# RECHERCHE SUR LES OBSTACLES À L'ENTREPRENARIAT TECHNOLOGIQUE FÉMININ : UNE REVUE SYSTÉMATIQUE DE LA LITTÉRATURE

**JAIGRIS HODSON** (elle) est professeure agrégée et titulaire d'une chaire de recherche du Canada à l'Université Royal Roads où elle étudie l'impact de la communication numérique sur la participation publique de divers groupes. Dans le cadre de ses recherches, elle a travaillé avec des organisations telles que GCI Canada, le gouvernement du Canada, l'Association canadienne de musique country et Iris: The Visual Group. Sa recherche, financée par le CRSH, porte sur des sujets aussi divers que la circulation de l'information COVID-19, le harcèlement en ligne et les effets de la désinformation en ligne, et elle est sur Twitter @SocMedDr.

**SHANDELL HOULDEN** (elle) est chercheuse postdoctorale à la Royal Roads University et détient un doctorat en anglais et en études culturelles de la McMaster University. Ses recherches actuelles portent sur la désinformation en ligne, l'éducation flexible et le pouvoir des récits dans la communication pour le changement.

**CHANDELL GOSSE** (elle) est candidate au doctorat à la faculté des études sur l'information et les médias de la Western University. Ses recherches portent sur la violence facilitée par la technologie, la culture socio-digitale et la conception des lois et des politiques. Les projets de recherche actuels de Chandell portent sur les deepfakes, l'usurpation d'identité en ligne, QAnon et l'abus en ligne des chercheurs gouvernementaux et universitaires. Retrouvez-la sur Twitter @chandellenid.

**LAURA M. LEFEVRE** (elle) est une étudiante de troisième cycle en linguistique appliquée et analyse du discours à l'université de Carleton. Ses domaines d'intérêt comprennent les sciences humaines numériques et les études technologiques critiques, l'économie politique critique et l'analyse critique du discours.

---

## INTRODUCTION

Comme l'ont déclaré Cukier et al. (2020), tant l'entrepreneuriat que les études sur l'esprit d'entreprise sont dominées par des discours et des politiques qui privilégient un archétype d'entrepreneur: le jeune homme blanc le plus souvent associé aux domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). Des figures comme Mark Zuckerberg, Bill Gates et Steve Jobs dominent la conception populaire de l'entrepreneur – et surtout celle de l'entrepreneur technologique.

« Tant l'entrepreneuriat que les études sur l'esprit d'entreprise sont dominées par des discours et des politiques qui privilégient un archétype d'entrepreneur: le jeune homme blanc le plus souvent associé aux domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). »

Les femmes entrepreneures sont chroniquement sous-représentées. Lorsqu'elles sont mises en scène, elles sont souvent très critiquées, comme le montre l'exemple d'Elizabeth Holmes (Aidis, 2018). Elles sont souvent placées en marge de l'entrepreneuriat « légitime » dans les secteurs féminisés tels que la décoration d'intérieur, la cuisine, les soins personnels, les cosmétiques et la mode, ou le shopping (Cukier, ce numéro ; Meliou et al., 2018). Elles sont souvent étiquetées avec des termes comme « mompreneur » et « funpreneur » et soumises à une « dévaluation féminine » (Ronen, 2017, p. 2 ; Byrne et al., 2019).

« (Les femmes entrepreneures) sont souvent placées en marge de l'entrepreneuriat "légitime" dans les secteurs féminisés tels que la décoration d'intérieur, la cuisine, les soins personnels, les cosmétiques et la mode, ou le shopping. »

## L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL

Cukier et al. (2017 ; voir également Cukier dans l'introduction de ce numéro) mettent en évidence une écologie d'obstacles qui sapent les femmes entrepreneures et banalisent leur utilisation de la technologie. Pour comprendre et évaluer efficacement les obstacles auxquels se heurtent les diverses femmes entrepreneures, les études doivent examiner chaque niveau de l'écosystème entrepreneurial : individus, organisations, politiques et normes culturelles. L'identification et l'atténuation des obstacles à un seul niveau de l'écosystème ne seront que partiellement efficaces, et ces initiatives risquent de ne pas durer dans le temps. Par exemple, certaines bourses ont identifié le manque de femmes dans les STEM comme un éventuel problème de pipeline qui a un impact sur le nombre de diverses femmes entrepreneures dans le domaine des technologies. Cependant, même si le nombre de femmes entrepreneures dans le domaine des STIM a augmenté, les femmes entrepreneures dans le domaine des technologies ont toujours eu des difficultés et leur nombre reste faible (Cukier et al., 2020).

Pour comprendre l'ensemble des obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures dans le domaine des technologies ou des TIC, nous souhaitons savoir si un modèle d'écosystème d'entreprise est réellement utile. Nous avons donc procédé à une revue de la littérature la plus récente, dans l'espoir de pouvoir déterminer certaines possibilités d'intervention et de mettre en évidence les espaces qui nécessitent encore une attention. Nous avons examiné les dernières études au moment de la rédaction du présent rapport pour voir les tendances générales et identifier les obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures en ce qui concerne la technologie ou l'utilisation des TIC.

## MÉTHODES

Nous avons commencé en posant une question directrice : Que révèlent les recherches les plus récentes sur les femmes entrepreneures et l'utilisation des TIC ou des technologies sur les principales opportunités et les principaux obstacles ? À partir de cette question, nous avons procédé à un examen systématique de la littérature récente. La littérature utilisée dans cette étude a été identifiée en interrogeant la chaîne de recherche (femmes OU femmes entrepreneures) « entrepreneurs » ET (technologie OU tech OU TIC\* OU numérique) dans la base de données de la bibliothèque de l'université Royal Roads pour les recherches publiées en 2019. La recherche préliminaire a donné 435 résultats. Des paramètres ont été définis pour exclure les articles qui n'ont pas été évalués par des pairs, ce qui a réduit la liste à 236 entrées. Les entrées ont ensuite été examinées pour détecter les doublons (n=20) et le manque de concordance avec la question de recherche (n=171). L'ensemble de données restant de 44 articles a formé l'échantillon de documents qui furent codés pour cette étude. Nous avons regroupé les articles par grands thèmes en fonction des résultats ou des idées sur l'utilisation des TIC ou des technologies par les femmes entrepreneures. Nous avons pu identifier trois grands thèmes dans la littérature :

1. la discussion en cours sur les personnes qualifiées d'entrepreneurs de la technologie ;
2. les avantages et les défis des TIC et de la technologie en ce qui concerne les femmes entrepreneures ; et
3. les obstacles à la promotion des femmes entrepreneures de la technologie et des TIC.

« À une époque où le recrutement de masse en ligne (crowdwork), l'économie du partage et l'économie du gigue ont transformé le travail indépendant, la définition de qui compte comme entrepreneur technologique n'a pas suivi le rythme de l'époque et doit être repensée. »

## LES ENTREPRENEURS TECHNOLOGIQUES. QUI EST VALORISÉ ?

À une époque où le recrutement de masse en ligne (crowdwork), l'économie du partage et l'économie du gigue ont transformé le travail indépendant, la définition de qui compte comme entrepreneur technologique n'a pas suivi le rythme de l'époque et doit être repensée (Bogenhold, 2019). La littérature la plus récente confirme que la technologie tend toujours à être associée aux hommes en raison de messages culturels (populaires) diffusés à plus grande échelle (Wheadon, & Duval-Couetil 2019 ; Wu, 2019). En outre, les femmes ne

sont toujours pas prises en compte dans l'idée générale de l'entrepreneuriat – l'entrepreneuriat masculin a tendance à être renforcé dans les médias, au détriment des femmes. Par exemple, le traitement des femmes entrepreneures dans le domaine de la technologie dans la série populaire Shark Tank tend à rabaisser ou à dévaloriser leur expertise (Wheadon, & Duval-Couetil, 2019). Cela n'a aucun sens si l'on considère certaines des entreprises technologiques les plus prospères du monde. Par exemple, Shaw et Sørensen (2019) notent qu'Amazon est un commerce de détail également connu comme une entreprise technologique, Tesla est une entreprise de fabrication également connue comme une entreprise technologique, et même Walmart est considéré comme se déplaçant dans l'espace technologique. Malgré ces exemples notables (tous avec des PDG masculins), souvent les entreprises détenues par des femmes qui utilisent la technologie pour vendre des produits ou des services ne comptent pas comme des entreprises technologiques (Meliou, Mallett, & Rosenberg 2018). Les femmes manquent souvent de légitimité dans l'espace de l'entrepreneuriat technologique du fait qu'elles sont des femmes (Vershina, Rodgers, Tarba, Khan, & Stokes, 2019). Les femmes ont généralement moins accès aux programmes qui peuvent les aider à se développer en tant qu'entrepreneurs technologiques (ou même en tant qu'entrepreneurs disposant de technologies) (Coleman, Henry, Orser, Foss, & Welter, 2019), et par conséquent, les entreprises détenues par des femmes sont généralement plus petites et plus susceptibles d'échouer que celles des hommes (Yacus, 2019).

## AVANTAGES ET DÉFIS DE L'UTILISATION DES TIC POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES

Pour les femmes entrepreneures dans l'espace technologique, ainsi que pour les femmes entrepreneures qui utilisent simplement la technologie dans le cadre de leur activité, l'utilisation des TIC dans le cadre de leur activité présente de nombreux avantages. L'utilisation des TIC permet aux femmes entrepreneures de toucher un public beaucoup plus large qu'elles ne le feraient autrement, en particulier pour les entrepreneurs des zones rurales (Kapinga, 2019; Bhattacharya, R, 2019). L'utilisation des TIC peut également permettre aux femmes entrepreneures des régions mal desservies de bénéficier de services de mentorat auxquels elles n'auraient pas accès autrement (Byrne et al., 2019), ce qui augmente le capital social des femmes entrepreneures et, en particulier, le capital social de transition (Crittenden, Crittenden & Ajjan, 2019). L'intégration des TIC dans leurs entreprises aide également les femmes à créer des entreprises avec des coûts initiaux moins élevés. Elle permet aux femmes qui n'ont pas de lieu physique pour leur entreprise d'accroître leur portée et d'élargir leurs réseaux d'affaires entre autres opportunités (Matthews, 2019), en comblant les fossés sociaux et culturels pour atteindre potentiellement de nouveaux marchés pour

leurs produits et services (McAdam, Crowley, & Harrison, R. 2019; Pinem, 2019).

« Pour les femmes entrepreneures dans l'espace technologique, ainsi que pour les femmes entrepreneures qui utilisent simplement la technologie dans le cadre de leur activité, l'utilisation des TIC dans le cadre de leur activité présente de nombreux avantages. »

Pour les femmes qui souhaitent développer leur entreprise, les TIC peuvent les aider à le faire en leur donnant accès à l'information et à des possibilités de financement qu'elles n'auraient pas autrement (Pergelova, Manolova et Yordanova, 2019). Bien que les femmes aient généralement plus de difficultés que les hommes à financer leurs entreprises (Cukier, 2017), les plateformes de financement par la foule et les possibilités de financement algorithmique peuvent uniformiser les règles du jeu si le sexe est omis dans la description de l'entreprise (Zhang, & Chen, 2019; Hervé, Manthé, Sannajust, & Schwienbacher, 2019; Hernandez, Raveendhran, Weingarten, & Barnett, 2019). Pour les femmes entrepreneures qui jonglent avec de multiples responsabilités, les TIC, et en particulier les médias sociaux, peuvent accroître leur visibilité tout comme celle de leur travail. Une étude positive a montré que les « mères au foyer » reçoivent plus de reconnaissance pour leurs efforts professionnels que par le passé (Russum, 2019).

Cependant, l'utilisation des TIC pour les femmes entrepreneures présente également de nouveaux défis. Lorsque les femmes entrepreneures utilisent les médias sociaux pour atteindre de nouveaux marchés, elles doivent s'engager dans le travail affectif de construction et de maintenance de l'identité en ligne (Anderson, Warren et Bensemman, 2019). L'utilisation des TIC peut conduire à l'amalgame de la vie publique et privée et du temps, ce qui a un impact négatif sur l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, et intensifie le travail des entrepreneurs qui utilisent les TIC (Adisa, Gbadamosi, Mordi, & Mordi, 2019; Brydges, 2019; Matthews, 2019). Souvent, les secteurs les plus susceptibles d'avoir des femmes entrepreneures axées sur la technologie sont ceux qui sont centrés sur les « mompreneurs », les « funpreneurs » ou les entrepreneurs de la mode et du fitness, ce qui signifie que les femmes travaillant dans ces secteurs doivent également entreprendre un travail esthétique, c'est-à-dire la nécessité de veiller à ce qu'elles s'adaptent personnellement à une esthétique souhaitable en permanence (Brydges, 2019). Cela signifie que les femmes entrepreneures sont toujours exposées sur les médias sociaux ou dans l'espace technologique de manière visible, car leurs choix de vie et de style de vie déteignent davantage sur leurs activités et la promotion de leur entreprise ce qui est moins le cas pour leurs homologues masculins. (Brydges, & Sjöholm, 2019).

## OBSTACLES AU DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LES TIC

« Ces cultures et valeurs culturelles centrées sur les hommes font que les femmes choisissent de ne pas poursuivre les mêmes opportunités que les hommes. Cela est souvent dû à des problèmes de misogynie systémique présents dans le secteur technologique, les incubateurs de jeunes entreprises et le secteur du financement des entreprises. »

Malgré les nombreux avantages de la technologie pour l'entrepreneuriat, des recherches récentes montrent que les hommes sont plus susceptibles d'être des « utilisateurs principaux » des TIC dans les entreprises. Les hommes ont tendance à occuper des postes plus élevés (par exemple, les PDG sont plus souvent des hommes) et sont plus susceptibles d'adopter et de guider l'utilisation des technologies mobiles dans les entreprises (Hallikainen, Alamäki, & Laukkanen, 2019). Cette tendance peut être due en partie au fait que les initiatives visant à encourager l'esprit d'entreprise chez les femmes, notamment en ce qui concerne l'entrepreneuriat technologique, font encore défaut. Par exemple, les incubateurs de haute technologie ont tendance à être des environnements à forte pression, dirigés par les hommes, avec des cultures qui sont au mieux peu attrayantes et, au pire, activement hostiles aux femmes (Bendell, Sullivan, & Marvel, 2019). Bien que certaines études suggèrent que des traits de personnalité spécifiques qui tendent à être associés aux hommes – (tels que la stabilité, l'extraversion et la volonté de prendre des risques) sont des conditions nécessaires à l'entrepreneuriat numérique (Bode, Bode et al., 2019), celles-ci sont probablement le résultat de structures sexistes qui sous-estiment l'apport, les compétences et les traits que les femmes entrepreneures de technologie possèdent (Striebing, Kalpazidou Schmidt, & Palmén, 2019). Ces cultures et valeurs culturelles centrées sur les hommes font que les femmes choisissent de ne pas poursuivre les mêmes opportunités que les hommes, ce qui signifie que les initiatives qui pourraient faire évoluer la filière échouent souvent. Cela est souvent dû à des problèmes de misogynie systémique présents dans le secteur technologique, les incubateurs de jeunes entreprises et le secteur du financement des entreprises (Hernandez, Raveendhran, Weingarten & Barnett, 2019).

Les fractures numériques existent toujours pour de nombreuses femmes entrepreneures qui, autrement, entreraient dans l'espace technologique. Par exemple, les entrepreneurs qui sont eux-mêmes pauvres ou limités en ressources et qui ne peuvent pas accéder à la technologie physique nécessaire ou à un internet à large bande fiable ne peuvent pas profiter des avantages des TIC pour leur entreprise, ni créer une

entreprise basée principalement sur l'internet (Neumeayer, Santos, & Morris, 2019). Enfin, pour les femmes qui parlent l'anglais comme deuxième langue et qui sont originaires de pays qui privilégient l'accès à l'éducation pour les hommes plutôt que pour les femmes, faire face à la technologie et mener des affaires en utilisant la technologie peut constituer un défi majeur (Shastri, Shastri, & Pareek, 2019).

## CONCLUSION

La littérature montre clairement que, bien que d'une certaine manière, les TIC créent de nouvelles et importantes opportunités pour les femmes entrepreneures qui veulent technologiser leurs entreprises et créer de nouveaux débouchés, il existe des obstacles clés sur les plans culturel, politique et pratique qui, premièrement, limiteront le nombre et les types de femmes qui choisissent de créer des entreprises basées sur les TIC et, deuxièmement, amèneront les femmes qui ont actuellement des entreprises basées sur les TIC à choisir d'abandonner ou à connaître un échec. Ce point est particulièrement important à une époque où la COVID-19 a accru les responsabilités des femmes en matière de garde d'enfants, de travail émotionnel et d'autres travaux domestiques. Il est important de noter que si les TIC offrent de nouvelles opportunités aux femmes entrepreneures, elles amplifient également certains des défis auxquels les femmes entrepreneures étaient déjà confrontées et en introduisent de nouveaux.

« Le modèle écologique proposé par Cukier nous permet de comprendre et sans doute d'aborder les principaux obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures dans le domaine des TIC ou de la technologie. Ce modèle recommande d'introduire des initiatives à plusieurs niveaux, afin de prendre en compte les problèmes de culture, d'accès aux ressources, d'éducation et de changement de politique. »

Le modèle écologique proposé par Cukier (2017; Cukier et al., 2020; Cukier, introduction à cette édition) nous permet de comprendre et sans doute d'aborder les principaux obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures dans le domaine des TIC ou de la technologie. Ce modèle recommande de mettre en branle des initiatives à plusieurs niveaux, afin de prendre en compte les problèmes de culture, d'accès aux ressources, d'éducation et de changement de politique. La littérature récente, prise dans son ensemble, montre qu'il existe en effet une écologie d'obstacles superposés au travail qui peut exclure les femmes entrepreneures ayant une composante TIC de l'identification en tant qu'entrepreneurs technologiques et également des ressources qui peuvent

bénéficiaire aux entrepreneurs technologiques. Une approche à 360 degrés est donc nécessaire pour soutenir les femmes entrepreneures dans l'espace de la technologie ou des TIC.

Pour soutenir les femmes entrepreneures au Canada, qui peuvent représenter une grande variété de milieux culturels, géographiques et socio-économiques (Cukier et al., 2020), nous pouvons nous inspirer des dernières études. Nous devons examiner comment la technologie et l'entrepreneuriat technologique sont définis, et comment ces définitions excluent les femmes. Nous devons nous efforcer de créer davantage d'outils et de possibilités d'éducation (tels que des mécanismes de financement algorithmiques non sexistes ou des incubateurs adaptés aux femmes) qui facilitent l'égalité d'accès, et nous devons intégrer des changements politiques pour soutenir les travailleurs indépendants, les économies d'échelle et les petites entreprises basées sur les médias sociaux.

## REFERENCES

- Adisa, T.A., Gbadamosi, G., Mordi, T., & Mordi, C. (2019). «In search of perfect boundaries? Entrepreneurs' work-life balance». *Personal Review*, 48(6), 1634-1651. <https://doi.org/10.1108/PR-og-2018-0197>.
- Aidis, R. (2018). «Hitting the top: is there a glass ceiling for high-growth women entrepreneurs?». In *Women Entrepreneurs and the Myth of 'Underperformance'*. Edward Elgar Publishing.
- Anderson, A. R., Warren, L., & Bensemam, J. (2019). «Identity, Enactment, and Entrepreneurship Engagement in a Declining Place». *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1559 – 1577. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12406>.
- Bendell, B. L., Sullivan, D. M., & Marvel, M. R. (2019). «A Gender - Aware Study of Self - Leadership Strategies among High - Growth Entrepreneurs». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 110 – 130. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12490>.
- Bhattacharya, R. (2019). «ICT solutions for the informal sector in developing economies: What can one expect?». *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(3). <https://doi.org/10.1002/isd2.12075>.
- Bode, E., Brunow, S., Ott, I., & Sorgner, A. (2019). «Worker Personality: Another Skill Bias beyond Education in the Digital Age». *German Economic Review*, 20(4), e254 – e294. <https://doi.org/10.1111/geer.12165>.
- Bogenhold, D. (2019). «From Hybrid Entrepreneurs to Entrepreneurial Billionaires: Observations on the Socioeconomic Heterogeneity of Self-employment». (2019). *The American Behavioral Scientist*, 63(2), 129 – 146. <https://doi.org/10.1177/0002764218794231>.
- Bronfenbrenner, U. (1977). «Toward an experimental ecology of human development». *American psychologist*, 32(7), 513.
- Brydges, T. (2019). «What motivates millennials? How intersectionality shapes the working lives of female entrepreneurs in Canada's fashion industry». *Gender, Place & Culture*, 26(4), 510 – 532. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2018.1552558>.
- Brydges, T., & Sjöholm, J. (2019). «Becoming a personal style blogger: Changing configurations and spatialities of aesthetic labour in the fashion industry». *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 119 – 139. <https://doi.org/10.1177/1367877917752404>.
- Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). «Role Models and Women Entrepreneurs: Entrepreneurial Superwoman Has Her Say». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154 – 184. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12426>.
- Cloud, D. (1996) «Hegemony or Concordance? The Rhetoric of Tokenism in "Oprah" Winfrey's Rags-to-Riches Biography», *Critical Studies in Mass Communication* 13, 115 – 37.
- Coleman, S., Henry, C., Orser, B., Foss, L., & Welter, F. (2019). «Policy Support for Women Entrepreneurs' Access to Financial Capital: Evidence from Canada, Germany, Ireland, Norway, and the United States». *Journal of Small Business Management*, 57(S2), 296 – 322. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12473>.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Ajjan, H. (2019a). «Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology». *Journal of Business Research*, 98, 191 – 203. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.045>.
- Cukier, W., Gagnon, S., Hodson, J., Saba, T., Grandy, G., Morton, S., Elmi, M., Stolarick, K., Hassannezhad Chavoushi, Z. (2020). *The State of Women's Entrepreneurship In Canada*. Ryerson University: Toronto. Retrieved Sept 8, 2020 from: [https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/08/WEKH\\_The-State-of-Women%E2%80%99s-Entrepreneurship-in-Canada-2020.pdf](https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/08/WEKH_The-State-of-Women%E2%80%99s-Entrepreneurship-in-Canada-2020.pdf).
- Cukier, W., Gagnon, S., Roach, E., Elmi, M., Yap, M., & Rodrigues, S. (2017). «Trade-offs and disappearing acts: shifting societal discourses of diversity in Canada over three decades». *The International Journal of Human Resource Management*, 28(7), 1031-1064.
- Devine, R. A., Molina-Sieiro, G., Holmes, R. M., & Terjesen, S. A. (2019). «Female-Led High-Growth: Examining the Role of Human and Financial Resource Management». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 81 – 109. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12492>.
- Gill, R. (2014). «'If you're struggling to survive day-to-day': Class as optimism and contradiction in entrepreneurial discourse». *Organization* 21, 50-67.

- Hallikainen, H., Alamäki, A., & Laukkanen, T. (2019). «Lead users of business mobile services». *International Journal of Information Management*, 47, 283. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.018>
- Hernandez, M., Raveendhran, R., Weingarten, E., & Barnett, M. (2019). «How Algorithms Can Diversify the Startup Pool». *MIT Sloan Management Review*, 61(1), 71 – 78.
- Hervé, F., Manthé, E., Sannajust, A., & Schwienbacher, A. (2019). «Determinants of individual investment decisions in investment-based crowdfunding». *Journal of Business Finance & Accounting*, 46(5 – 6), 762 – 783. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12372>
- Kapinga, A. F. (2019). «Mobile marketing application for entrepreneurship development: Codesign with women entrepreneurs in Iringa, Tanzania». *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(2), n/a. <https://doi.org/10.1002/isd2.12073>
- Matthews, D. (2019). «Beyond Brick and Mortar: The Experiences of U.S. Female Mobile Fashion Truck Entrepreneurs». *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 47(4), 307 – 323. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12304>
- McAdam, M., Crowley, C., & Harrison, R. T. (2019a). «“To boldly go where no [man] has gone before” - Institutional voids and the development of women’s digital entrepreneurship». *Technological Forecasting & Social Change*, 146, 912 – 922. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.051>
- Meliou E., Mallett O., & Rosenberg S. (2018). «Being a Self-Employed Older Woman: From Discrimination to Activism». *Work, Employment and Society*. <https://doi.org/10.1177/0950017018800235>.
- Neumeyer, X., Santos, S. C., & Morris, M. H. (2019). «Who is left out: Exploring social boundaries in entrepreneurial ecosystems». *Journal of Technology Transfer*, 44(2), 462 – 484. <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9694-0>.
- Okeke-Uzodike, O. E., & Subban, M. (2019). «Cluster initiative management: A potential for African women entrepreneurs in the informal sector». *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 34(5), 421 – 438. <https://doi.org/10.1177/0269094219864082>.
- Pergelova, A., Manolova, T., & Yordanova, D. (2019). «Democratizing Entrepreneurship? Digital Technologies and the Internationalization of Female-Led SMEs». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 14 – 39. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12494>.
- Pergelova, A., Manolova, T., & Yordanova, D. (2019). «Democratizing Entrepreneurship? Digital Technologies and the Internationalization of Female-Led SMEs». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 14 – 39. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12494>.
- Roos. (2019). «Embeddedness in context: Understanding gender in a female entrepreneurship network». *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(3), 279 – 292. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551793>.
- Russum, J. A. (2019). «Sewing Entrepreneurs and the Myth of the Spheres: How the “Work at Home Mom” Complicates the Public-Private Divide». *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 40(3), 117 – 138.
- Shastri, S., Shastri, S., & Pareek, A. (2019). «Motivations and challenges of women entrepreneurs». *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(5 – 6), 338 – 355. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2018-0146>
- Shaw, K., & Sørensen, A. (2019). «The Productivity Advantage of Serial Entrepreneurs». *Industrial & Labor Relations Review*, 72(5), 1225 – 1261. <https://doi.org/10.1177/0019793919865501>
- Striebing, C., Kalpazidou Schmidt, E., & Palmén, R. (2019). «Pragmatic ex-ante evaluation using an innovative conceptual framework: The case of a high-tech entrepreneurship program for women». *Evaluation and Program Planning*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2019.101714>
- Vershinina, N., Rodgers, P., Tarba, S., Khan, Z., & Stokes, P. (2019). «Gaining legitimacy through proactive stakeholder management: The experiences of high-tech women entrepreneurs in Russia». *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.063>
- Wang, J., Li, Y., & Long, D. (2019). «Gender gap in entrepreneurial growth ambition». *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(6), 1283 – 1307. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2018-0248>
- Wheaton, & Duval-Couetil. (2019). «Token entrepreneurs: A review of gender, capital, and context in technology entrepreneurship». *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(3), 308 – 336. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551795>
- Wu, J. (2019). «Identifying women’s entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: A fuzzy-set QCA approach». *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 905 – 928. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z>
- Xheneti, M. (2019). «Value of Formalization for Women Entrepreneurs in Developing Contexts: A Review and Research Agenda». *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 3 – 23. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12172>
- Yacus, A. M. (2019). «The Influence of Funding Approaches, Growth Expectations, and Industry Gender Distribution on High-Growth Women Entrepreneurs». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 59 – 80. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12491>

# LES FEMMES ENTREPRENEURES DANS L'AGRICULTURE : UN IMPACT EN MARGE

**GINA GRANDY** est doyenne et professeur (stratégie et leadership) au Hill and Levene Schools of Business de l'Université de Regina, Saskatchewan. Elle est la responsable du Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE) en Saskatchewan.

**CHRISTIE NEWTON** est une étudiante en master (études organisationnelles) à la Levene Graduate School of Business de l'université de Regina. Ses intérêts de recherche couvrent plusieurs domaines. Elle a publié des travaux en psychologie de la santé et étudie actuellement la manière dont les styles de pensée influencent les croyances religieuses et le comportement politique.

**AMBER FLETCHER** est professeur associé de sociologie et d'études sociales à l'université de Regina, Saskatchewan. Ses recherches portent sur les dimensions de genre des politiques et des changements environnementaux dans l'agriculture. Son livre, *Women in Agriculture Worldwide* (avec le Dr. Wendee Kubik), a été publié en 2016.

---

## INTRODUCTION

L'entrepreneuriat rural touche au territoire et à l'espace (Korsgaard et al. 2015). Il est certain que toutes les activités agricoles au Canada ne sont pas centrées sur le contexte rural, mais il est indéniable qu'une grande partie de la production primaire agricole se fait en milieu rural, en dehors des centres urbains. Les contributions des femmes entrepreneures dans l'agriculture couvrent un large éventail d'industries. Bon nombre de ces femmes travaillent en milieu rural en tant qu'exploitantes agricoles. Malgré l'intérêt croissant pour les femmes dans l'agriculture, l'agroalimentaire et les industries connexes – comme en témoignent un certain nombre de conférences provinciales et nationales consacrées aux femmes dans l'agriculture et l'agroalimentaire, et le nombre croissant de femmes diplômées en agriculture – la représentation des femmes entrepreneures dans ces industries reste faible dans tout le pays. Par exemple, seuls 30 % des exploitants agricoles à l'échelle nationale sont des femmes (Statistique Canada, 2017a).

« Il y a une lacune notable dans la littérature concernant les femmes, l'agriculture et l'entrepreneuriat. »

Il y a une lacune notable dans la littérature concernant les femmes, l'agriculture et l'entrepreneuriat. Il existe des études sur les femmes entrepreneures en général, et sur les femmes dans l'agriculture (par exemple, les agricultrices, les exploitants agricoles); cependant, très peu de recherches relient ces trois sujets. La plupart des documents existants ne font pas référence aux exploitants agricoles en tant qu'entrepreneurs, ce qui peut expliquer en partie le manque d'études établissant un lien formel entre ces sujets. Nous passons en revue la littérature sur les femmes entrepreneures dans l'agriculture afin d'offrir un point de départ complet pour un programme visant à faire progresser à la fois la recherche et la pratique de l'entrepreneuriat agricole féminin. Nous nous focalisons sur les femmes entrepreneures dans l'agriculture mais, étant donné la rareté des recherches sur ce sujet en par-

ticulier, nous nous penchons également sur les femmes dans l'agriculture de manière plus générale. Notre champ d'action est national, cependant, en tant que chercheurs situés en Saskatchewan, nous intégrons les considérations provinciales de la Saskatchewan comme exemples. Cela semble particulièrement approprié compte tenu des exportations agricoles et alimentaires remarquables de la Saskatchewan, qui en 2018 ont totalisé plus de 13 milliards de dollars, soit 20 % des exportations agroalimentaires totales du Canada (ministère de l'Agriculture 2019). L'agriculture et les industries agroalimentaires représentent environ 10 % du produit intérieur brut de la Saskatchewan (Statistique Canada 2019a).

L'industrie agricole et agroalimentaire au sens large – y compris la production primaire, la transformation, les activités à valeur ajoutée, le financement agricole, l'agriculture d'entreprise (par exemple, les intrants, la production, la commercialisation, l'exportation), la défense des intérêts et d'autres activités – sera collectivement décrite dans cet article comme « ag ».

## DÉFINIR L'ENTREPRENEURIAT AGRICOLE

De manière générale, un entrepreneur est considéré comme un individu qui « innove en reconnaissant les opportunités, prend des décisions modérément risquées qui mènent à des actions nécessitant l'utilisation efficace des ressources et apportant une valeur ajoutée » (Filion 2011, 41). En général, l'activité entrepreneuriale est mesurée par la propriété de l'entreprise, mais une interprétation plus large inclurait également le travail indépendant (Cukier, et Chavoushi 2020). Au Canada, les entreprises appartenant à des femmes représentent environ 16 % de toutes les petites et moyennes entreprises (PME) et environ 38 % des travailleurs indépendants canadiens (Industrie Canada 2015, Statistique Canada 2019b).

Fitz-Koch et al. (2018) caractérisent l'entrepreneuriat agricole comme comprenant :

- La création de nouvelles opportunités ou l'expansion d'entreprises existantes dans de nouvelles entreprises;
- Les activités de diversification, qu'elles soient menées à la ferme ou hors ferme;
- Les entreprises ou les initiatives génératrices de revenus menées en complément de la production agricole « traditionnelle », c'est-à-dire la pluriactivité.

Au Canada, les entreprises agricoles sont toujours dirigées par des particuliers et des familles, les entreprises individuelles représentant plus de la moitié des entreprises

agricoles (51,7 %), suivies des sociétés de personnes (22,9 %), des sociétés familiales (22,5 %) et des sociétés non familiales (2,7 %) (Statistique Canada 2017b). Dans cet article, on entend par entrepreneurs agricoles ceux qui développent une entreprise liée à l'agriculture, qu'il s'agisse de production primaire, de petite entreprise, d'entreprise à domicile, d'activité à valeur ajoutée, d'activité de transformation, d'entreprise en ligne ou d'entreprise basée sur un produit. Cette définition inclut les exploitants agricoles.

« Les femmes sont largement sous-représentées dans les industries agricoles. Les femmes ne représentent que 25% des directeurs agricoles et 29% des propriétaires d'entreprises au Canada. »

## LA SOUS-REPRÉSENTATION ET LE TRAVAIL INVISIBLE

Les femmes sont largement sous-représentées dans les industries agricoles. Les femmes ne représentent que 25 % des directeurs agricoles et 29 % des propriétaires d'entreprises au Canada (Conseil canadien des ressources humaines en agriculture 2015). Sur 65 associations agricoles nationales et provinciales, seulement 12 % ont une femme à la présidence ou au conseil d'administration, 12 % ont une femme dans le rôle de « second in-commandant » de la vice-présidence ou du vice-président, et 28 % ont au moins une femme dans les comités exécutifs de leur conseil d'administration (Conseil canadien des ressources humaines en agriculture 2015). Un rapport du Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture (CCRHA) de 2015 indique qu'en 2014, les femmes représentaient 25 % (ou moins) des cadres dans tous les secteurs de l'agriculture, à l'exception de l'horticulture, soit 38 %. (Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture 2015, Statistique Canada 2013). Seulement 33 % des entrepreneurs de services agricoles, des superviseurs agricoles et des ouvriers spécialisés dans l'élevage sont des femmes. Il est essentiel d'accroître la diversité sur le lieu de travail dans le secteur agricole pour assurer la productivité et le maintien en poste (Wechsler, 2015). Les statistiques existantes montrent également un écart salarial important entre les hommes et les femmes dans l'emploi agricole. Par exemple, bien que les femmes représentent près de la moitié des agronomes en Saskatchewan (48 %), les femmes agronomes travaillant à temps plein gagnent près de 20 000 \$ de moins par an que leurs homologues masculins à temps plein (Saskatchewan Institute of Agrologists, 2019).

Les populations autochtones sont sous-représentées dans l'agriculture, en grande partie à cause de l'héritage négatif

---

Le terme « autochtone » est utilisé ici tel qu'il est utilisé par Statistique Canada



des politiques coloniales telles que les systèmes de permis et de passe (Tang 2003). Dans le recensement de l'agriculture de 2016, seulement 3 % des entreprises dirigées par des autochtones étaient des entreprises agricoles. Selon l'enquête nationale sur le logement de 2011, 2 % de la population agricole s'est identifiée comme autochtone. Parmi eux, une majorité (58 %) était des ouvriers agricoles généraux ou des ouvriers de récolte, tandis que 38 % étaient des directeurs dans l'agriculture ou l'horticulture. En 2016, 2,7 % de la population agricole identifiée comme autochtone et 1,9 % des exploitants agricoles étaient autochtones, ce qui représente une augmentation de 53,7 % par rapport à 1996 (Gauthier et White, 2019). Les femmes autochtones ne représentent que 0,19 % de tous les directeurs agricoles et 0,014 % des représentants, consultants et spécialistes agricoles au Canada (Statistique Canada 2018 a). Elles représentent 0,02 % des superviseurs dans le secteur de la transformation des aliments et des boissons. Les statistiques suggèrent toutefois que les femmes autochtones sont légèrement mieux représentées parmi les exploitants agricoles autochtones que leurs homologues non autochtones. Les femmes représentent 33,3 % des exploitants agricoles métis et 36,8 % des exploitants agricoles des Premières Nations, mais dans la population générale, les femmes représentent environ 30 % des exploitants agricoles (Gauthier et White 2019).

« Les populations autochtones sont sous-représentées dans l'agriculture, en grande partie à cause de l'héritage négatif des politiques coloniales telles que les systèmes de permis et de passe. Dans le recensement de l'agriculture de 2016, seulement 3 % des entreprises dirigées par des autochtones étaient des entreprises agricoles. »

Certaines données révèlent que la représentation des peuples indigènes dans les secteurs agricoles est en augmentation. De nombreuses communautés indigènes et Premières nations ont développé des initiatives agricoles florissantes, telles que la coopérative de producteurs biologiques Muskoday en Saskatchewan. Des initiatives récentes, telles que le programme Matchstick de Women Entrepreneurs of Saskatchewan (WESK) en Saskatchewan, offrent un soutien aux femmes entrepreneures autochtones dans tous les secteurs (Women Entrepreneurs of Saskatchewan 2018).

Selon Statistique Canada, en 2018, 99 % des entreprises du secteur agricole étaient des petites entreprises (Statistique Canada 2019c). Dans l'ensemble du pays, les PME appartenant à des femmes ont connu une croissance plus rapide que les entreprises appartenant à des hommes et les entreprises appartenant à parts égales à des hommes et à des femmes (Grekou et al. 2018). Dans le secteur agricole, cependant, les entreprises détenues à parité ont connu une croissance plus rapide que les entreprises détenues par des femmes (Grekou

et al. 2018). Compte tenu de la forte histoire de l'agriculture familiale au Canada et du fait que de nombreuses exploitations agricoles sont gérées comme des partenariats entre époux ou des sociétés familiales, une augmentation des entreprises agricoles à parts égales peut encore servir d'indicateur important de la propriété formelle et de l'implication des femmes en tant qu'entrepreneurs agricoles. En effet, alors que près de 92 % des exploitations agricoles canadiennes étaient exploitées en tant qu'entreprises individuelles en 1971, ce chiffre est tombé à 52 % en 2016, au profit d'un plus grand nombre de partenariats et de sociétés familiales (Statistique Canada 2017c). Néanmoins, il convient de noter qu'en 2016, la majorité des partenariats agricoles n'avaient pas d'accord écrit (17 % sans, contre 5 % avec un accord écrit) (Statistique Canada 2017c). Ainsi, de nombreuses femmes entrepreneures agricoles sont probablement négligées dans la comptabilité des femmes entrepreneures agricoles à travers le pays.

« Les femmes luttent pour être reconnues comme agricultrices car le discours de la ferme familiale traditionnelle les positionne comme les principales responsables du travail non rémunéré, comme le travail domestique et les soins. »

Les femmes contribuent au secteur agricole de diverses manières; cependant, la plupart des recherches existantes se concentrent sur le travail dans les exploitations agricoles. Les femmes contribuent au bien-être général de l'exploitation agricole familiale par le biais de diverses tâches, notamment la gestion et l'exploitation de la ferme, l'emploi hors exploitation, le travail domestique et les soins (Archuleta et Russell 2009, Danes et Rettig 1993, Fletcher et Knutilla 2016). Malgré les nombreuses et diverses contributions des femmes, les études universitaires montrent que la division du travail entre les sexes reste forte dans les milieux agricoles industrialisés (Alston et al. 2018, Fletcher et Knutilla 2016, Keller 2014). Les femmes luttent pour être reconnues comme agricultrices car le discours de la ferme familiale traditionnelle les positionne comme les principales responsables du travail non rémunéré, comme le travail domestique et les soins (Folbre 2001) ou d'autres tâches sous-évaluées. Sur la ferme, elles sont souvent considérées comme des aides ou des soutiens (Conseil canadien des ressources humaines en agriculture 2015, Gibson et al. 1993).

Dans la plupart des industries dominées par les hommes, la perpétuation des stéréotypes reste un obstacle à l'avancement des femmes. Des recherches antérieures ont montré comment les idées stéréotypées sur la masculinité et la féminité renforcent les rôles des hommes et des femmes dans l'agriculture. Par exemple, dans les sociétés industrialisées, la notion d'« agriculteur » évoque la masculinité, tandis que la notion traditionnelle de « femme de ferme » a rendu les activités agricoles des femmes moins visibles (Annes et

Wright 2016, Carter et Lopez 2019). Ces notions peuvent empêcher les femmes de devenir agricultrices ou d'être reconnues comme telles. Les stéréotypes dépeignent les femmes comme des « agricultrices incomplètes » qui ne possèdent pas certains attributs physiques, psychologiques ou sociaux essentiels à l'agriculture (Saugeres 2002).

## LES FEMMES ENTREPRENEURES DANS LA PRODUCTION PRIMAIRE AGRICOLE

La proportion de femmes exploitantes agricoles au Canada a augmenté au cours des 20 dernières années. Avant 1991, un seul exploitant agricole pouvait être identifié dans le cadre du recensement de l'agriculture. En raison de l'identification commune des hommes comme principaux exploitants agricoles, les contributions des femmes à l'agriculture familiale étaient non comptées et invisibles. En 1991, Statistique Canada a pour la première fois autorisé la déclaration de plusieurs exploitants agricoles dans le cadre du recensement, ce qui a permis d'accroître la reconnaissance officielle de nombreuses femmes agricultrices (Roppel et al. 2006). En 1996, les femmes au Canada représentaient 25 % des exploitants agricoles, et cette proportion n'est passée qu'à environ 30 % en 2016 (Statistique Canada 2018 b).

« Les contributions des femmes sont souvent éclipsées par l'image du propriétaire agricole masculin indépendant qui est responsable des décisions liées à la ferme. »

Les données du Recensement de l'agriculture de 2011 ont montré que les femmes exploitantes agricoles étaient plus susceptibles de travailler à temps partiel sur la ferme que les hommes exploitants (Statistique Canada 2012). Environ 60 % des exploitantes agricoles, contre 40 % des exploitants masculins, ont déclaré travailler moins de 30 heures par semaine sur la ferme. Cependant, les contributions des femmes sont souvent éclipsées par l'image du propriétaire agricole masculin indépendant qui est responsable des décisions liées à la ferme (Contzen et Forney 2016). En outre, de nombreuses tâches accomplies par les femmes, comme la préparation des repas pour les travailleurs engagés, le déplacement des machines ou la conduite des pièces, ne sont pas nécessairement reconnues ou comptabilisées comme travail agricole.

« De nombreux agriculteurs contemporains diversifient leurs sources de revenus et atténuent les risques financiers en travaillant hors de leur ferme. »

Les données de l'Enquête nationale auprès des ménages 2011 de Statistique Canada montrent qu'il existe une forte division du travail à la ferme, les hommes assurant 75 % de la production et des opérations et les femmes représentant 82 % des travailleurs du secteur des affaires, des finances et de l'administration (Statistique Canada 2013). Cette division du travail et l'encadrement du travail des femmes sur l'exploitation agricole perpétuent l'invisibilité des agricultrices en promouvant l'idée que certains emplois à la ferme sont moins essentiels que d'autres.

De nombreux agriculteurs contemporains diversifient leurs sources de revenus et atténuent les risques financiers en travaillant hors de leur ferme (Shumsky et Nelson 2018). En 2016, 44,4 % de tous les exploitants et 58,7 % des jeunes femmes exploitantes agricoles (de moins de 40 ans) ont déclaré travailler hors de leur ferme. Les jeunes exploitants agricoles qui cherchent du travail hors ferme ont tendance à occuper des postes de gestion (22 %), de commerce, de finance et d'administration (21 %), d'éducation, de droit et de services gouvernementaux communautaires sociaux (13 %) et de santé (13 %). Les revenus non agricoles sont souvent utilisés pour compléter les finances de la ferme et du ménage (Barthez 1982, Contzen 2008); cependant, l'emploi non agricole peut également être une source d'épanouissement pour les femmes (Fletcher 2017), en particulier si l'on considère le manque de reconnaissance de leur travail agricole. Étant donné que les possibilités d'emploi non agricole sont plus nombreuses dans les zones urbaines, un nombre croissant de jeunes exploitants agricoles quittent les zones rurales et recherchent une formation plus que les années précédentes (Shumsky et Nelson 2018).

« En Saskatchewan, par exemple, l'évolution du paysage agricole a ouvert de nouvelles perspectives aux femmes entrepreneures. Les activités à valeur ajoutée, l'agriculture spécialisée, l'agriculture biologique et les modes de commercialisation alternatifs offrent des alternatives innovantes. L'agritourisme est également en expansion. »

## LES FEMMES DANS L'AGROALIMENTAIRE

L'agroalimentaire, qui comprend l'agriculture, la pêche, l'aquaculture et la transformation des aliments et des boissons, contribue à hauteur de 2,9 % au PIB du Canada et à 12 % des exportations (Statistique Canada s.d.). L'industrie doit relever des défis majeurs pour rester compétitive sur le marché mondial, notamment la pénurie de main-d'œuvre et les pressions continues du marché pour innover et saisir les opportunités de valeur ajoutée (Industrie Canada 2018a). Le Canada a compté sur les travailleurs étrangers pour compenser la pénurie de main-d'œuvre. Pour aider à répondre aux demandes du

marché et à diversifier la main-d'œuvre, la Table de stratégie économique – Agri-Foods a recommandé que le Canada augmente la proportion de femmes gestionnaires dans l'industrie de la transformation des aliments à 50 % d'ici 2025 (Industrie Canada 2018a). En 2017, les femmes ne représentaient que 36 % des cadres dans le secteur de la transformation alimentaire (Industrie Canada 2018b).

## LES FEMMES ET L'INNOVATION AGRICOLE

En Saskatchewan, par exemple, l'évolution du paysage agricole a ouvert de nouvelles perspectives aux femmes entrepreneures. Les activités à valeur ajoutée, l'agriculture spécialisée, l'agriculture biologique et les modes de commercialisation alternatifs offrent des alternatives innovantes. L'agritourisme est également en expansion. Les activités à valeur ajoutée permettent de différencier le produit brut ou la marchandise en capturant ou en créant une valeur nouvelle, ce qui augmente la valeur économique ou sociale du produit. De récents investissements gouvernementaux ont visé à accroître l'activité à valeur ajoutée en Saskatchewan par rapport à son revenu total de 3,5 milliards de dollars en 2012 (Pon 2020). Les activités agricoles spécialisées en Saskatchewan comprennent des produits de base différenciés et de « niche », comme le riz sauvage ou les épices, qui sont produits pour des sous-marchés plus petits (Hamlin et al. 2015). La valeur ajoutée, l'agriculture de spécialité et les arrangements de commercialisation alternatifs – comme la vente directe au consommateur (par exemple, les ventes à la ferme, les marchés de producteurs) ou l'agriculture soutenue par la communauté (ASC) – peuvent offrir un accès à de nouveaux marchés, une concurrence réduite et une exposition réduite aux fluctuations du marché (Hamlin et al. 2015). L'agriculture biologique offre également des incitations commerciales aux producteurs qui adhèrent à des directives spécifiques sur les pratiques environnementales et le bien-être des animaux (Conseil canadien des normes 2018).

Les producteurs sont attirés par ces activités pour diverses raisons. Si les facteurs de marché sont importants, des études ont montré que les valeurs personnelles – qu'elles soient environnementales, sociales ou politiques – sont des motivations majeures pour les producteurs qui se lancent dans la production biologique ou la commercialisation locale (Beingessner et Fletcher 2019, Stephenson et al. 2017). Bien que des recherches supplémentaires soient nécessaires sur les dimensions de genre de ces activités, des études antérieures suggèrent que les activités agricoles biologiques ou de « niche » pourraient s'avérer particulièrement attrayantes pour les femmes (Ball 2014). La participation des femmes à l'ASC peut être éclairée par une éthique de la prise en charge (Jarosz 2011). Les femmes peuvent également être attirées par les activités biologiques par souci de l'environnement et de la santé (Hall et Mogyorody 2007, Rissing 2013). Compte tenu des obstacles à

l'agriculture conventionnelle, en particulier pour les femmes, la nature à petite échelle ou à faible intensité de capital de certaines activités alternatives peut offrir des opportunités intéressantes pour les femmes entrepreneures agricoles.

Les femmes chefs d'entreprises agricoles se lancent également dans l'agritourisme. L'agritourisme contribue à informer le public non agricole des questions agricoles, ce qui peut contribuer à établir des liens entre ces deux populations (Wright et Annes 2016) et à redéfinir les attentes de la société vis-à-vis des agriculteurs et de l'agriculture (Annes et Wright 2016). Les agricultrices ayant fait des études supérieures ou ayant une expérience professionnelle antérieure sont innovantes, ont tendance à diversifier leurs activités agricoles et se lancent dans l'agrotourisme (Annes et Wright 2016).

## OBSTACLES POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES AGRICOLES

Si certains observateurs ont avancé que la sous-représentation des femmes dans le secteur agricole est due à un manque d'intérêt ou à des priorités différentes (Hursh 2017), ces explications ne tiennent pas compte des obstacles structurels auxquels les femmes sont confrontées dans un secteur dominé par les hommes.

Un rapport publié en 2018 par Women Entrepreneurs of Saskatchewan a identifié plusieurs obstacles auxquels les femmes au Canada sont confrontées lorsqu'elles cherchent à devenir entrepreneures (Women Entrepreneurs of Saskatchewan 2018). Ces obstacles englobent l'accès au financement, les difficultés de mise en réseau, le manque de formation en affaires et de mentors, et le maintien de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Dans une enquête réalisée en 2015 par le Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture auprès de 532 hommes et femmes travaillant dans l'agroalimentaire, 95 % des femmes ont déclaré avoir été confrontées ou témoins de tous les obstacles suivants (par ordre de prévalence) : faire face à deux poids deux mesures ; chercher à obtenir un revenu non agricole pour aider à soutenir la famille ; se voir refuser la possibilité d'avancer ; gérer les tâches traditionnelles d'éducation des enfants et effectuer des tâches agricoles considérées comme un travail de « soutien » ; peu de modèles féminins aux niveaux supérieurs ; éloignement du lieu de travail ; accès à la formation ; entrer dans le « club des vieux » ; stéréotypes sur les capacités des collègues de travail/des cadres supérieurs ; manque de possibilités de mentorat ; et manque de confiance pour occuper des postes plus élevés (Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture 2015). En outre, une étude menée par le Conseil de l'agriculture et de l'alimentation en 2016, qui visait à améliorer les résultats économiques des femmes dans le secteur agricole en Alberta, a identifié le financement (par exemple, l'accès au capital) comme l'obstacle

numéro un pour les femmes entrepreneures dans le secteur agricole (Conseil de l'agriculture et de l'alimentation 2016).

Les femmes ont cependant trouvé des moyens de faciliter leur entrée dans l'agriculture, comme l'emprunt de terres agricoles pour réduire certains risques financiers (Shumsky et Nelson 2018). En 2016, les femmes canadiennes chefs d'exploitation ont déclaré louer ou donner en location, en moyenne, 233 acres de plus de terres que les hommes. Les terres empruntées représentaient en moyenne 71 % du total des terres des femmes exploitantes. Peu d'exploitations agricoles appartiennent exclusivement à des femmes (Conseil canadien pour les ressources humaines en agriculture 2015). En outre, les exploitations agricoles appartenant à des femmes ont tendance à être de taille inférieure à la moyenne et ont un taux de rotation des propriétaires supérieur à la moyenne. D'après le recensement canadien de 2016, 80 % des fermes ayant des femmes exploitantes comptaient deux exploitants ou plus : les exploitants indépendants ne représentent que 20 % des femmes exploitantes, alors que cette proportion était de 50 % pour les exploitants indépendants masculins (Statistique Canada 2018 b). Comme les exploitations agricoles sont de plus en plus grandes et nécessitent plus de capitaux, il pourrait être encore plus difficile pour les femmes de devenir des exploitantes principales à l'avenir.

Les femmes entrepreneures en général sont plus susceptibles que les hommes entrepreneurs de compter sur un financement interne tel que l'épargne ou les prêts de la famille et des amis plutôt que sur un financement externe (par exemple, les prêts des banques) (Industrie Canada 2015). Les sources internes de capitaux peuvent ne pas être aussi importantes que les sources externes ; par conséquent, les femmes entrepreneures peuvent ne pas disposer de capitaux suffisants pour développer de nouveaux produits ou faire croître leur entreprise dans la même mesure que les hommes (Women Entrepreneurs of Saskatchewan 2018). En outre, les entreprises appartenant à des femmes ont tendance à recevoir moins de capital-risque et connaissent des taux de rejet de financement plus élevés que leurs concurrents masculins (Industrie Canada 2015). Cette disparité dans l'accès au capital peut, dans une certaine mesure, dicter les opportunités de carrière des femmes entrepreneures agricoles : les femmes entrepreneures agricoles peuvent être plus susceptibles d'opérer dans des domaines à faible valeur ajoutée qui demandent moins de financement en capital (Women Entrepreneurs of Saskatchewan 2018).

« La sous-représentation des femmes entrepreneures dans l'agriculture, l'agroalimentaire et les industries connexes est une occasion manquée. Les femmes apportent de nouvelles idées et des pratiques innovantes qui augmentent la valeur économique et sociale des exploitations agricoles, des industries agroalimentaires et de la société en général. »

## LA VOIE À SUIVRE

Les femmes entrepreneures ont apporté environ 148 milliards de dollars à l'économie canadienne en 2011-13 et la réduction de l'écart entre les sexes pourrait ajouter 150 milliards de dollars d'ici 2026 (Devillard et Vogel 2017). La sous-représentation des femmes entrepreneures dans l'agriculture, l'agroalimentaire et les industries connexes est une occasion manquée. Les femmes apportent de nouvelles idées et des pratiques innovantes qui augmentent la valeur économique et sociale des exploitations agricoles, des industries agroalimentaires et de la société en général (Annes et Wright 2016).

Dans cet article, nous n'avons fait que gratter la surface pour comprendre l'entrepreneuriat agricole féminin dans notre pays et comment les femmes se trouvent en marge. En indiquant une voie à suivre, nous formulons plusieurs questions qui peuvent orienter la recherche, les politiques et les pratiques pour faire progresser l'entrepreneuriat agricole féminin au Canada.

- En conceptualisant l'entrepreneuriat agricole féminin comme un entrepreneuriat rural, cela limite-t-il ou permet-il de faire progresser la recherche et la pratique de l'entrepreneuriat agricole féminin ?
- Les exploitantes agricoles se considèrent-elles comme des entrepreneurs ?
- Quel rôle les hommes jouent-ils dans le soutien et la promotion de l'entrepreneuriat agricole féminin ?
- Comment les inégalités intersectorielles affectent-elles les femmes entrepreneures agricoles ?
- Quelles sont les dimensions de genre des activités agricoles biologiques et de « niche », qui semblent particulièrement attrayantes pour les femmes ?
- Comment les organisations de soutien à l'entrepreneuriat répondent-elles aux besoins des femmes entrepreneures agricoles ?
- Quels sont les changements systémiques nécessaires pour que les femmes entrepreneures agricoles aient une voix égale dans la façon dont l'agriculture, dans les contextes ruraux et urbains, est façonnée et développée dans notre pays pour l'avenir ?

Nous devons mieux comprendre les défis et les opportunités qui se présentent aux femmes entrepreneures agricoles au Canada. Ce faisant, nous devons tenir compte de l'intersectionnalité, ainsi que des différences entre les provinces et les industries, afin que la voie à suivre soit celle où les femmes entrepreneures agricoles n'existent plus en marge. Il y a des gains sociaux et économiques importants à tirer d'un tel programme.

## REFERENCES

- Agriculture and Food Council. 2016. *Success for Women in Agri-Food: Needs Assessment Report*. 10 juin 2016. [www.agfoodcouncil.com/s4wag](http://www.agfoodcouncil.com/s4wag).
- Alston, Margaret, Josephine Clarke, and Kerri Whittenbury. 2018. «Contemporary Feminist Analysis of Australian Farm Women in the Context of Climate Changes». *Social Sciences* 7, No. 2:16. <https://doi.org/10.3390/socsci7020016>.
- Annes, Alexis, and Wynne Wright. 2016. «Value-Added Agriculture: a Context for the Empowerment of French Women Farmers?» *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies* 97, No. 3:185 – 201. <https://doi.org/10.1007/s41130-016-0034-1>.
- Archuleta, Kristy, and Candyce Russell. 2009. «Farm Wives' Involvement and Marital Quality». *Journal of Rural Mental Health* 33, No. 1:9 – 25. <https://doi.org/10.1037/h0095971>.
- Ball, Jennifer A. 2014. «She Works Hard for the Money: Women in Kansas Agriculture». *Agriculture and Human Values* 31, No. 4:593 – 605. <https://doi.org/10.1007/s10460-014-9504-8>.
- Barthez, Alice. 1982. *Famille, Travail et Agriculture*. Paris: Économica.
- Beingessner, Naomi, and Amber J. Fletcher. 2019. «'Going Local': Farmers' Perspectives on Local Food Systems in Rural Canada». *Agriculture and Human Values* 37, No. 1:129 – 45. <https://doi.org/10.1007/s10460-019-09975-6>.
- Canadian Agricultural Human Resource Council. 2015. «Supporting the Advancement of Women in Agriculture: Needs Assessment». <http://cwse-prairies.ca/pages/mentorship/docs/SAWANeedsAssessment.pdf>.
- Carter, Angie, and Andres Lazaro Lopez. 2019. «Rebranding the Farmer: Formula Story Revision and Masculine Symbolic Boundaries in US Agriculture». *Feminist Formations* 31, No. 3:25 – 50. <https://doi.org/10.1353/ff.2019.0029>.
- Contzen, Sandra. 2008. «51Wenn das Einkommen Nicht Mehr Reicht». *Agrarforschung*, 15, No. 11 – 12:524 – 529.
- Contzen, Sandra, and Jérémie Forney. 2016. «Family Farming and Gendered Division of Labour on the Move: a Typology of Farming-Family Configurations». *Agriculture and Human Values* 34, No. 11:27 – 40. <https://doi.org/10.1007/s10460-016-9687-2>.
- Cukier, Wendy, and Zohreh Hassannezhad Chavoushi. 2020. «Facilitating Women Entrepreneurship in Canada: the Case of WEKH». *Gender in Management: An International Journal* 35, No. 3:303 – 18. <https://doi.org/10.1108/gm-11-2019-0204>.
- Danes, Sharon, and Kathryn Rettig. 1993. «The Role of Perception in the Intention to Change the Family Financial Situation». *Journal of Family and Economic Issues* 14, No. 4:365 – 89. <https://doi.org/10.1007/bf01013985>.
- Devillard, Sandrine, and Tiffany Vogel. 2017. «The Power of Parity: Advancing Women's Equality in Canada». McKinsey & Company, June 21, 2017. [www.mckinsey.com/featured-insights/gender-equality/the-power-of-parity-advancing-womens-equality-in-canada](http://www.mckinsey.com/featured-insights/gender-equality/the-power-of-parity-advancing-womens-equality-in-canada).
- Filion, Louis Jacques. 2011. «Defining the entrepreneur». Dans *World Encyclopedia of Entrepreneurship*, Édité par Leo Paul Dana, 41 – 52. Cheltenham, NH: Edward Elgar.
- Fitz-Koch, Sarah, Mattias Nordqvist, Sara Carter, and Erik Hunter. 2018. «Entrepreneurship in the Agricultural Sector: A Literature Review and Future Research Opportunities». *Entrepreneurship Theory and Practice* 42, No. 1:129 – 66. <https://doi.org/10.1177/1042258717732958>.
- Fletcher, Amber J. 2016. «Applying Critical Realism in Qualitative Research: Methodology Meets Method». *International Journal of Social Research Methodology* 20, No. 2:181 – 94. <https://doi.org/10.1080/13645579.2016.1144401>.
- Fletcher, Amber J. and Erin Knuttila. 2017. «Gendering Change: Canadian Farm Women Respond to Drought». Dans *Vulnerability and Adaptation to Drought: The Canadian Prairies and South America*, edited by Harry Diaz, Margot Hurlbert, and Jim Warren, 159 – 177. Calgary, AB: University of Calgary Press.
- Folbre, Nancy. 2001. *The Invisible Heart: Economics and Family Values*. New York: New Press.
- Gauthier, Nicolas and Julia White. 2019. «Aboriginal Peoples and Agriculture in 2016: A Portrait». Canadian Agriculture at a Glance. Government of Canada, Statistics Canada, January 17, 2019. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/96-325-x/2019001/article/00001-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/96-325-x/2019001/article/00001-eng.htm).
- Gibson, Diane, J. Baxter, and C. Kingston. 1993. «Beyond the Dichotomy: The Paid and Unpaid Work of Rural Women». Dans *Rural Women*, edited by Margaret Alston, 11 – 27. Centre for Rural Social Research.
- Grekou, Douwera, Jiang Li, and Hujun Liu. 2018. «Women-Owned Enterprises in Canada». Economic Insights. Government of Canada, Statistics Canada, September 24, 2018. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-626-x/11-626-x2018083-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-626-x/11-626-x2018083-eng.htm).
- Hall, Alan, and Veronika Mogyorody. 2007. «Organic Farming, Gender, and the Labor Process». *Rural Sociology* 72, No. 2:289 – 316. <https://doi.org/10.1526/00360110778170035>.

- Hamlin, Robert, John Knight, and Ron Cuthbert. 2015. «Niche Marketing and Farm Diversification Processes: Insights from New Zealand and Canada». *Renewable Agriculture and Food Systems* 31, No. 1:86 – 98. <https://doi.org/10.1017/s1742170514000489>.
- Hursh, Kevin. 2017. «Hursh: Women in Agriculture Can Be a Dickey Topic». *The Star Phoenix*, November 2, 2017. <https://thestarphoenix.com/opinion/columnists/hursh-women-in-agriculture-can-be-a-dickey-topic>.
- Industry Canada. 2015. Majority Female-Owned Small and Medium-Sized Enterprises – May 2015. *Special Edition: Key Small Business Statistics*. [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h\\_02966.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h_02966.html)
- Industry Canada. 2018a. «Report of Canada's Economic Strategy Tables: Agri-Food», September 28, 2018. [www.ic.gc.ca/eic/site/098.nsf/eng/00022.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/098.nsf/eng/00022.html).
- Industry Canada. 2018b. «Report from Canada's Economic Strategy Tables: The Innovation and Competitiveness Imperative». 5 novembre 2018. [www.ic.gc.ca/eic/site/098.nsf/eng/h\\_00020.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/098.nsf/eng/h_00020.html).
- Jarosz, Lucy. 2011. «Nourishing Women: Toward a Feminist Political Ecology of Community Supported Agriculture in the United States». *Gender, Place & Culture* 18, No. 3:307 – 26. <https://doi.org/10.1080/0966369x.2011.565871>.
- Keller, Julie. C. 2014. «“I Wanna Have My Own Damn Dairy Farm!”: Women Farmers, Legibility, and Femininities in Rural Wisconsin, US». *Journal of Rural Social Sciences*, 29, No. 1: 75 – 102.
- Korsgaard, Steffen, Sabine Müller, and Hanne Wittorff Tanvig. 2015. «Rural Entrepreneurship or Entrepreneurship in the Rural – between Place and Space». *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 21, No. 1:5 – 26. <https://doi.org/10.1108/ijeb-11-2013-0205>.
- Ministry of Agriculture, Government of Saskatchewan. 2019. *Annual Report 2018-19*.
- Pon, Godwin. 2020. «Value-Added Strategy and Unit Overview». Government of Saskatchewan. Accédé le 22 mai 2020. [www.saskatchewan.ca/business/agriculture-natural-resources-and-industry/agribusiness-farmers-and-ranchers/value-added-processing-in-saskatchewan-agriculture/value-added-strategy-and-unit-overview](http://www.saskatchewan.ca/business/agriculture-natural-resources-and-industry/agribusiness-farmers-and-ranchers/value-added-processing-in-saskatchewan-agriculture/value-added-strategy-and-unit-overview).
- Rissing, Andrea. 2013. «Iowan Women Farmers' Perspectives on Alternative Agriculture and Gender». *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 127 – 36. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2013.032.008>.
- Roppel, Carla, Annette Aurélie Desmarais, and Diane Martz. 2006. «Farm Women and Canadian Agricultural Policy». National Farmers Union, 23 juillet 2018. [www.nfu.ca/publications/farm-women-and-canadian-agricultural-policy/](http://www.nfu.ca/publications/farm-women-and-canadian-agricultural-policy/).
- Saskatchewan Institute of Agrologists. 2019. «2019 Agrologist Salary Survey: The Dollars and Cents of a Career in Agrology». Agrologist Salary Survey. <https://sia.sk.ca/html/about/Agrologist-Salary-Survey/index.cfm>.
- Saugeres, Lise. 2002. «Of Tractors and Men: Masculinity, Technology and Power in a French Farming Community». *Sociologia Ruralis* 42, No. 2:143 – 59. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00207>.
- Shumsky, Matthew, and Allison Nelson. 2018. «Female and Young Farm Operators Represent a New Era of Canadian Farmers». Canadian Agriculture at a Glance. Government of Canada, Statistics Canada, December 13, 2018. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/96-325-x/2017001/article/54925-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/96-325-x/2017001/article/54925-eng.htm).
- Standards Council of Canada. 2018. «Organic Production Systems: General Principles and Management Standards». Government of Canada, mars 2018. [www.publications.gc.ca/site/eng/9.854643/publication.html](http://www.publications.gc.ca/site/eng/9.854643/publication.html).
- Statistics Canada. n.d. «Table 36-10-0434-01. Gross domestic product (GDP) at basic prices, by industry, monthly (x 1,000,000)». Government of Canada. <https://doi.org/10.25318/3610043401-eng>.
- Statistics Canada. 2012. «2011 Census of Agriculture», *The Daily*, Government of Canada, 10 mai 2012. [www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/120510/dq120510a-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/120510/dq120510a-eng.htm).
- Statistics Canada. 2013. «2011 National Household Survey: Data Tables». Statistics Canada Catalogue No. 99-012-X2011033. Juin 2013. [www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/dt-td/tpeng.cfm?LANG=E&APATH=3&detail=0&dim=0&fl=a&free=0&gc=0&gid=0&gk=0&grp=0&pid=105897&prid=0&ptype=105277&s=0&showall=1&sub=0&temporal=2013&theme=96&vid=0&vnamee=&vnamef=](http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/dt-td/tpeng.cfm?LANG=E&APATH=3&detail=0&dim=0&fl=a&free=0&gc=0&gid=0&gk=0&grp=0&pid=105897&prid=0&ptype=105277&s=0&showall=1&sub=0&temporal=2013&theme=96&vid=0&vnamee=&vnamef=).
- Statistics Canada. 2017a. «Saskatchewan Remains the Breadbasket of Canada». Farm and Farm Operator Data, Government of Canada, 10 mai 2017. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/95-640-x/2016001/article/14807-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/95-640-x/2016001/article/14807-eng.htm).
- Statistics Canada. 2017b. «Census of Agriculture 2016», *The Daily*, Government of Canada, 10 mai 2017. [www150.statcan.gc.ca/n1/en/daily-quotidien/170510/dq170510a-eng.pdf?st=Xcr8y4N6](http://www150.statcan.gc.ca/n1/en/daily-quotidien/170510/dq170510a-eng.pdf?st=Xcr8y4N6).
- Statistics Canada. 2017c. «A Portrait of a 21st Century Agricultural Operation». Government of Canada, 17 mai 2017. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/95-640-x/2016001/article/14811-eng.pdf](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/95-640-x/2016001/article/14811-eng.pdf).
- Statistics Canada. 2018a. «2016 Census of Population: Data Tables». Catalogue No. 98 – 400 – X2016357. 29 mars 2018. [www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/98-400-X2016357](http://www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/98-400-X2016357).

Statistics Canada. 2018b. "Table 32-10-0441-01. Farm Operators Classified by Number of Operators per Farm and Sex." Government of Canada, November 6, 2018. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/95-640-x/2011001/p1/p1-02-eng.ht](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/95-640-x/2011001/p1/p1-02-eng.ht).

Statistics Canada. 2019a. "Agriculture and Agri-Food Economic Account, 2015." *The Daily*, Government of Canada, July 30, 2019. [www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/190730/dq190730a-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/190730/dq190730a-eng.htm).

Statistics Canada. 2019b. "Labour Force Information: January 13 to 19, 2019." Government of Canada, February 8, 2019. [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/71-001-x/71-001-x2019001-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/71-001-x/71-001-x2019001-eng.htm).

Statistics Canada. 2019c. "Table 33-10-0037-01 – Canadian Business Counts, with employees, December 2018." Government of Canada, February 7, 2019. <https://doi.org/10.25318/3310010601-eng>

Stephenson, Garry, Lauren Gwin, Chris Schreiner, and Sarah Brown. 2017. *Breaking New Ground: Farmer Perspectives on Organic Transition*. Corvallis, OR: Oregon Tilth and OSU Center for Small Farms & Community Food Systems.

Tang, Eric. 2003. "Agriculture: The Relationship between Aboriginal Farmers and Non-Aboriginal Farmers." *Western Development Museum & Saskatchewan Indian Cultural Centre Partnership Project*, 5 – 6. <http://apihtawikosisan.com/wp-content/uploads/2012/05/FNAgriculture.pdf>.

Wechsler, Pat. 2015. "Women-Led Companies Perform Three Times Better Than the S&P 500." *Fortune*. March 3, 2015. <https://fortune.com/2015/03/03/women-led-companies-perform-three-times-better-than-the-sp-500/>.

Women Entrepreneurs of Saskatchewan. 2018. "Women Entrepreneurship in Canada." October 15, 2018. <https://wesk.ca/wp-content/uploads/2018/10/WESK-Report-Oct.-15-2018-PwC.pdf>.

Wright, Wynne, and Alexis Annes. 2016. "Farm Women and the Empowerment Potential in Value-Added Agriculture." *Rural Sociology* 81, No. 4:545 – 571. <https://doi.org/10.1111/ruso.12105>.

# L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES AUTOCHTONES AU CANADA

**ASHLEY RICHARD** est une femme autochtone fière qui réside actuellement sur le territoire du Traité n° 1. Elle a dix ans d'expérience de travail au sein de la communauté autochtone dans divers secteurs, notamment les associations à but non lucratif, l'éducation et le divertissement. Ashley est membre du conseil d'administration du Red River College, co-fondatrice du magazine *Red Rising* et du festival de comédie *Laughter is Medicine Indigenous*. Elle travaille également en tant que pigiste dans la production médiatique, l'organisation d'événements et la prise de parole en public. Elle est titulaire d'une licence en commerce (avec mention) de l'université du Manitoba et termine actuellement sa maîtrise en gestion, innovation et entrepreneuriat à l'université Queen's.

**SAMANTHA MORTON** est dirigeante influente d'un organisme sans but lucratif qui a démontré sa capacité à façonner les politiques par des recherches approfondies sur l'économie autochtone au Canada. En plus de diriger le service de recherche du CCAB, Samantha siège à plusieurs conseils et comités consultatifs de haut niveau, notamment le groupe de travail fédéral sur l'entreprise autochtone COVID-19, le groupe consultatif sur l'égalité entre les sexes et le commerce et le groupe de travail autochtone sur le commerce international pour Affaires mondiales Canada. Samantha est titulaire d'une licence en études du développement mondial (avec mention) de l'université Queen's et termine actuellement sa maîtrise professionnelle en administration publique (PMPA) à l'université Queen's.

---

« Il existe actuellement une communauté florissante de femmes autochtones chefs d'entreprise à travers le pays, chacune relevant des défis uniques et apportant une contribution précieuse à sa communauté. Malgré une pléthore d'obstacles, les femmes autochtones créent des entreprises et l'entrepreneuriat de ce groupe croît à un taux deux fois plus élevé que chez les femmes non autochtones. »

## ENTREPRENEURIAT AUTOCHTONE

L'entrepreneuriat est un moyen qui peut aider les femmes autochtones à créer un avenir prometteur pour leurs communautés. Il existe actuellement une communauté florissante de femmes autochtones chefs d'entreprise à travers le pays, chacune relevant des défis uniques et apportant une contribution précieuse à sa communauté. Malgré une pléthore d'obstacles, les femmes autochtones créent des entreprises et l'entrepreneuriat de ce groupe croît à un taux deux fois plus élevé que chez les femmes non autochtones (Impakt, s.d.). Les effets



des pensionnats, de la loi sur les Indiens et d'autres mesures d'exclusion réglementaire et économique des peuples autochtones sont très répandus dans de nombreuses communautés et ne peuvent être écartés. Il a été prouvé que l'esprit d'entreprise enrichit non seulement la vie des femmes autochtones qui créent une entreprise, mais aussi celle de leurs familles et de communautés entières. L'analyse de la littérature actuelle sur l'entrepreneuriat des femmes autochtones a permis de dégager un thème commun : la maximisation des profits n'est pas la principale motivation à l'origine du lancement d'une entreprise. Les femmes autochtones créent souvent leur entreprise pour répondre à un besoin spécifique de la communauté ou par désir d'indépendance financière pour subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille.

« Les femmes autochtones créent souvent leur entreprise pour répondre à un besoin spécifique de la communauté ou par désir d'indépendance financière pour subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille. »

En 2016, le Conseil canadien pour le commerce autochtone (CCAB) a publié *Promesse et prospérité: L'enquête sur les entreprises autochtones* (CCAB, 2016). Les tendances générales de cette enquête ont montré que les entreprises appartenant à des femmes autochtones avaient tendance à être plus petites, à être axées dans le secteur des services et à avoir une orientation communautaire/sociale (CCAB, 2016). Ces conclusions sont directement en accord avec un rapport de 2013, intitulé *Entrepreneurship among First Nation Women in the Atlantic Region*, qui a révélé que 88 % des entreprises existantes étaient considérées comme des micro-entreprises et que leurs idées d'entreprise se développaient suite à l'identification d'un besoin/d'une opportunité sur le marché (Diochon et al., 2014). L'enquête sur les entreprises autochtones de 2016 a révélé de précieuses conclusions sur l'état actuel de l'entrepreneuriat autochtone. La grande portée du rapport ne laisse pas beaucoup de place pour une enquête ciblée sur l'entrepreneuriat des femmes autochtones.

« Même s'il faut plus d'efforts, de patience, de soutien et de temps pour soutenir les femmes entrepreneures autochtones, le taux global de réussite des entreprises des femmes autochtones est plus élevé que celui des hommes. »

En 2016, l'Indian Business Corporation (IBC) a lancé son premier fonds pour les entreprises des femmes autochtones. En 2019, l'IBC a entrepris une évaluation du fonds par une

tierce partie et a rencontré 33 femmes autochtones chefs d'entreprise. Lorsqu'on leur a demandé de se décrire, les femmes autochtones qui ont participé à l'étude ont identifié quatre thèmes principaux : résilience, ingéniosité, impact et influence (Indigenous Business Corporation, s.d.). En outre, cette étude a prouvé que si les femmes autochtones sont confrontées à des obstacles supplémentaires et peuvent avoir besoin de davantage de souplesse dans les processus d'octroi de prêts et d'un soutien plus important pour leur plan d'entreprise, elles sont plus susceptibles de rembourser leurs prêts que les hommes (Indigenous Business Corporation, n.d.).

L'évaluation indépendante a révélé que 57 % des femmes autochtones avaient besoin d'un soutien pour leur plan d'entreprise, par rapport à 41 % de leurs homologues masculins ; 50 % avaient besoin d'un accompagnement financier, par rapport à 38 % des hommes autochtones ; 43 % avaient besoin d'un soutien pour la rédaction de leur demande de subvention, par rapport à 35 % des hommes autochtones. L'évaluation a même révélé que les femmes autochtones étaient 16 % plus susceptibles que les hommes autochtones de manquer deux paiements ou plus. Toutefois, l'IBC a indiqué que seuls 5 % des prêts accordés aux femmes autochtones restaient à rembourser, par rapport à 18 % des prêts accordés aux hommes autochtones (Indigenous Business Corporation, s.d.). Cette évaluation a prouvé que, même s'il faut plus d'efforts, de patience, de soutien et de temps pour soutenir les femmes entrepreneures autochtones, le taux global de réussite des entreprises des femmes autochtones est plus élevé que celui des hommes.

À l'heure actuelle, la littérature et les données sur l'entrepreneuriat des femmes autochtones au Canada sont rares, mais l'intérêt pour ce sujet ne cesse de croître. Le fait de méconnaître les besoins particuliers des femmes autochtones les exclut des programmes qui peuvent sembler neutres sur le plan du genre (Indigenous Business Corporation, s.d.). L'analyse de l'IBC, réalisée par un tiers, bien qu'utilisant un petit échantillon, a attiré l'attention sur le fait que les femmes autochtones sont confrontées au sexisme manifeste, à la violence latérale et à des difficultés à être prises au sérieux ou traitées avec respect (Indigenous Business Corporation, s.d.). La résolution de tous ces problèmes, à laquelle il faut ajouter le besoin de consacrer plus de temps et de soutien aux femmes autochtones, exigera un travail acharné, mais sera essentiel pour progresser vers une économie équitable.

En appliquant une perspective de diversité et de genre, ce document utilise les données de l'enquête sur les entreprises autochtones de 2016 afin de décrire plus clairement la situation actuelle des femmes autochtones chefs d'entreprise, en particulier les types d'entreprises qu'elles possèdent, les stratégies qu'elles utilisent pour surmonter les obstacles, ainsi que la technologie et l'innovation qu'elles utilisent pour maintenir leur activité.

## METTRE L'ACCENT SUR LES FEMMES AUTOCHTONES CHEFS D'ENTREPRISE

Le CCAB, en collaboration avec Environics Research, un cabinet de recherche, a mené l'enquête 2016 sur les entreprises autochtones par téléphone auprès de 101 propriétaires d'entreprises des Premières nations (dans les réserves et hors réserves), inuits et métis, à travers le Canada, entre le 10 février et le 10 mars 2015. Toutes les personnes interrogées se sont identifiées comme autochtones et possédaient une entreprise. Environ 37 % des répondants étaient des femmes et 73 % des hommes ; 52 se sont identifiés comme Métis, 47 % comme membres des Premières nations et 2 % comme Inuits (CCAB, 2016).

En partenariat avec le Women's Entrepreneurship Knowledge Hub, le CCAB a mené une analyse quantitative supplémentaire en utilisant les données pondérées de l'enquête pour comparer les entrepreneurs autochtones femmes et hommes afin de révéler les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes autochtones et les défis auxquels elles sont confrontées. Les résultats préliminaires sont publiés dans le *Indigenous Women's Entrepreneurs Report*.

L'évaluation indépendante a révélé que 57 % des femmes autochtones avaient besoin d'un soutien pour leur plan d'affaires, comparé à 41 % de leurs homologues masculins ; 50 % avaient besoin d'un accompagnement financier, comparé à 38 % des hommes autochtones ; 43 % avaient besoin d'un soutien pour la rédaction de leur demande de subvention, comparé à 35 % des hommes autochtones. L'évaluation a même révélé que les femmes autochtones étaient 16 % plus susceptibles que les hommes autochtones de manquer deux paiements ou plus. Toutefois, l'IBC a signalé que seuls 5 % des prêts accordés aux femmes autochtones étaient des annulations, par rapport à 18 % des prêts accordés aux hommes autochtones (Indigenous Business Corporation, s.d.). Cette évaluation a prouvé que, même s'il faut plus d'efforts, de patience, de soutien et de temps pour soutenir les femmes autochtones chefs d'entreprise, le taux global de réussite des femmes autochtones est plus élevé que celui des hommes.

## TAILLE DES ENTREPRISES

La plupart des femmes (83 %) et la plupart des hommes (75 %) ne possèdent qu'une seule entreprise, et ceux qui en possèdent plusieurs sont plus souvent des hommes. 67 % des femmes dirigent une entreprise individuelle, comparé à 57 % des hommes. Les femmes sont légèrement plus nombreuses que les hommes (11 %) à avoir des partenariats (13 %) et les hommes (31 %) sont plus nombreux que les femmes (20 %) à avoir des sociétés.

« Une majorité d'entrepreneurs autochtones ont des entreprises dans le secteur des services, dans des domaines tels que les services professionnels, scientifiques et techniques, les arts, le divertissement et les loisirs, les services éducatifs et les soins de santé. Les femmes entrepreneures sont plus concentrées dans ce secteur. »

Une majorité d'entrepreneurs autochtones ont des entreprises dans le secteur des services, dans des domaines tels que les services professionnels, scientifiques et techniques, les arts, le divertissement et les loisirs, les services éducatifs et les soins de santé. Les femmes entrepreneures sont plus concentrées dans ce secteur – près des trois quarts (74 %) des femmes autochtones chefs d'entreprise travaillent dans l'industrie des services, par rapport à 54 % des hommes entrepreneurs.

Les industries secondaires, telles que le commerce de détail, le transport et l'entreposage, et la fabrication, sont comparables entre les sexes (17 % d'hommes et 18 % de femmes). Les entreprises des femmes se situent rarement dans le secteur de la construction (5 %) et des ressources naturelles (3 %). Cela peut s'expliquer par le fait que les femmes sont plus susceptibles de posséder une entreprise sans employés, de sorte qu'elles n'ont pas souvent la capacité de travailler dans des domaines où les projets à grande échelle sont répandus.

Alors que la majorité (71 %) des entrepreneurs autochtones, à égalité entre les femmes et les hommes, avaient leur entreprise en dehors d'une réserve des Premières nations, les femmes sont légèrement plus susceptibles d'avoir une entreprise exploitée depuis leur domicile (69 %), comparé à 64 % des entreprises appartenant à des hommes.

En termes de taille d'entreprise, les entreprises autochtones détenues par des femmes ont tendance à avoir moins d'employés que les entreprises autochtones détenues par des hommes. 30 % des femmes autochtones chefs d'entreprise ont des employés, par rapport à 40 % des hommes autochtones. La moyenne d'employés dans les entreprises appartenant à des femmes est de 9, tandis que la moyenne d'employés dans les entreprises appartenant à des hommes est de 14. Bien que les hommes et les femmes autochtones aient tous deux des employés autochtones, les entreprises détenues par des femmes ont tendance à avoir un pourcentage plus élevé d'employés autochtones. En moyenne, 61 % du personnel permanent à temps plein des entreprises appartenant à des femmes autochtones sont autochtones, alors que ce pourcentage n'est que de 51 % dans les entreprises appartenant à des hommes autochtones. En outre, les femmes autochtones sont plus susceptibles d'avoir un personnel entièrement autochtone, soit 44 % des répondants par rapport à 26 % des entreprises appartenant à des hommes (tableau 1).

**TABEAU 1: EMPLOYÉS AUTOCHTONES À TEMPS COMPLET DANS LES ENTREPRISES APPARTENANT AUX ENTREPRENEURS AUTOCHTONES**

Employés autochtones	Hommes	Femmes
Aucun	21%	20%
1-9%	1%	-
10-19%	6%	4%
20-29%	7%	5%
30-39%	7%	4%
40-49%	4%	1%
50-59%	12%	7%
60-69%	7%	5%
70-79%	2%	4%
80-89%	6%	5%
90-99%	1%	-
100%	26%	44%
Moyenne (incluant 0)	51%	61%

## DÉFIS FINANCIERS

En général, les entreprises appartenant à des femmes autochtones ne se portent pas aussi bien que celles appartenant à des hommes autochtones. Les entreprises appartenant à des femmes autochtones ont connu une croissance des revenus moins importante en 2015 que celle de leurs homologues masculins. Seules 36 % des femmes entrepreneures, par rapport à 44 % des hommes entrepreneurs, ont fait état d'une augmentation de leurs revenus, et 22 % des femmes entrepreneures, par rapport à 16 % des hommes, ont fait état d'une diminution de leurs revenus en 2015 (Fig. 1). Moins de femmes autochtones propriétaires d'entreprises (71 %) ont déclaré un bénéfice net au cours de l'exercice précédent, par rapport aux hommes autochtones (79 %).

La majorité des entrepreneurs autochtones, hommes et femmes, dépendent de l'épargne personnelle comme principale source de financement lorsqu'ils démarrent leurs

entreprises. Par rapport aux hommes autochtones, les femmes autochtones sont plus susceptibles d'utiliser leur épargne personnelle (60 % comparé à 52 %). La deuxième source de financement des hommes autochtones est constituée par les prêts aux entreprises ou les lignes de crédit des institutions financières (16 %), tandis que pour les femmes autochtones, ce sont les agences de prêt ou les sociétés de capitaux (8 %). Il est clair que les femmes entrepreneures sont moins susceptibles d'utiliser les prêts ou les lignes de crédit des institutions financières ou les subventions gouvernementales (Tab. 2). Cela est également vrai pour le financement de leur entreprise dans la phase d'établissement.

« Par rapport aux hommes autochtones, les femmes autochtones sont plus susceptibles d'utiliser leur épargne personnelle (60 % comparé à 52 %). »

## OBSTACLES AU SUCCÈS

Les femmes et les hommes autochtones ont une perception semblable de la réussite de leur entreprise. Environ la moitié des femmes autochtones (53 %) et des hommes (51 %) perçoivent leur entreprise comme étant extrêmement ou très prospère. Peu de femmes autochtones (5 %) et d'hommes (6 %) considèrent que leur entreprise n'est pas très ou pas du tout prospère. Pour ceux qui ont identifié leur entreprise comme extrêmement ou très réussie, les hommes et les femmes entrepreneurs ont convenu que les principales raisons de leur succès étaient :

- un travail acharné et beaucoup de temps et d'efforts;
- une bonne base de clientèle et un travail stable; et
- une bonne réputation et une bonne reconnaissance.

Les hommes et les femmes entrepreneurs qui ont déclaré avoir des entreprises moins performantes ont identifié les mêmes raisons pour leurs difficultés. Ces raisons semblent être plus difficiles pour les femmes que pour les hommes.

- Difficultés de commercialisation (38 % pour les femmes et 21 % pour les hommes);
- Économie/marché pauvre (34 % pour les femmes et 17 % pour les hommes);
- Pas totalement engagé dans les affaires/travaillant à temps partiel (24 % pour les femmes et 15 % pour les hommes).

FIGURE 1: CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT DES ENTREPRISES AU COURS DE L'ANNÉE ÉCOULÉE

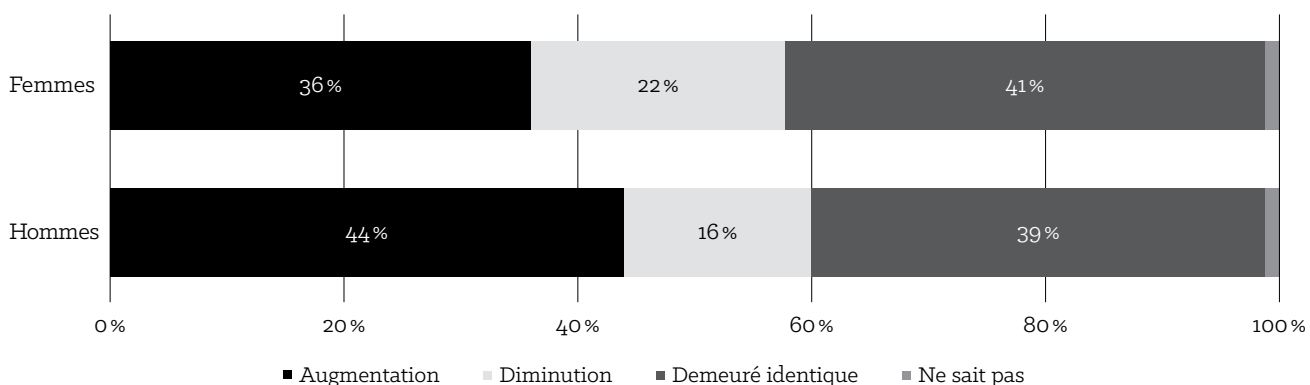


TABLEAU 2: LA PRINCIPALE SOURCE DE FINANCEMENT UTILISÉE POUR LA CRÉATION DES ENTREPRISES

Source de financement	Hommes	Femmes
Épargne personnelle	52%	60%
Prêts aux entreprises ou lignes de crédit des institutions financières	16%*	7%
Organismes de prêt ou sociétés de capitaux autochtones	7%	8%
Prêts personnels ou lignes de crédit des institutions financières	7%	6%
Subventions ou prêts du gouvernement fédéral	4%	6%
Bénéfices non distribués	2%	-
Subventions ou prêts des gouvernements provinciaux/territoriaux	2%	1%
Prêts des institutions financières (non spécifiés)	1%	-
Aide financière de la famille/des amis	-	1%
Entreprise autochtone Canada	-	1%
Autre	4%	3%
Ne sais pas	4%	6%

## RÉSEAUX D'ENTREPRISES

Les entrepreneurs considèrent que le financement, le marketing et la croissance de leurs entreprises sont étroitement liés à leurs réseaux d'affaires et aux communautés locales. Les femmes autochtones chefs d'entreprise, par rapport à leurs homologues masculins, sont plus susceptibles de demander des conseils formels (27 % par rapport à 21 %) et informels (63 % par rapport à 56 %) pour leur entreprise au sein d'un tel réseau. L'enquête a révélé que 83 % des femmes autochtones jugeaient leurs relations avec la communauté comme étant le facteur le plus important pour la réussite de leur entreprise, et que 80 % des hommes autochtones jugeaient leurs fournisseurs comme étant les plus importants (tableau 3).

Moins d'un tiers des entreprises détenues par des hommes et des femmes (32 % pour les deux) ont l'expérience du recours aux prêts et subventions publics pour les petites entreprises, et encore moins d'entre elles ont eu recours au soutien financier du gouvernement pour l'emploi, la formation et l'apprentissage – les entreprises détenues par des femmes ayant un pourcentage légèrement supérieur à celui des entreprises détenues par des hommes (27 % comparé à 23 %). Parmi ces programmes, Entreprise autochtone Canada (AANDC) et les programmes des gouvernements provinciaux et territoriaux sont les deux principales sources auxquelles les entreprises appartenant à des hommes et à des femmes ont eu recours. Les programmes d'apprentissage (7 %) et les programmes fédéraux pour les hommes (7 %) arrivent en troisième position pour les entreprises appartenant à des femmes.

## L'UTILISATION DE L'INNOVATION ET DE LA TECHNOLOGIE

Les femmes autochtones chefs d'entreprise font preuve d'une attitude plus ouverte que les hommes à l'égard de l'innovation

et des nouvelles technologies. En 2015, 52 % des hommes et 55 % des femmes entrepreneurs ont lancé de nouveaux produits ou services, tandis que 45 % des hommes et 44 % des femmes ont introduit de nouveaux processus. En outre, les femmes autochtones chefs d'entreprise utilisent systématiquement les médias sociaux dans une proportion plus élevée que les hommes, Facebook (56 %), le site web de leur entreprise (27 %), LinkedIn (28 %), Twitter (21 %) et le courrier électronique (14 %) étant les plus courants (Tab. 4). 26 % des femmes et 35 % des hommes entrepreneurs n'utilisaient pas les médias sociaux au moment de l'entretien. Dans l'ensemble, plus de 85 % des entreprises disposent d'une connexion internet.

« Les femmes autochtones chefs d'entreprise font preuve d'une attitude plus ouverte à l'égard de l'innovation et des nouvelles technologies. [...] En outre, les femmes autochtones chefs d'entreprise utilisent systématiquement les médias sociaux dans une proportion plus élevée que les hommes. »

## DISCUSSION

Le rapport du CCAB a révélé que 67 % des femmes autochtones dirigeaient des entreprises individuelles et étaient plus susceptibles d'exploiter une entreprise à domicile. Les femmes autochtones considèrent l'entrepreneuriat comme un moyen d'accéder à l'indépendance financière, au contrôle et à la liberté. Mais elles sont également contraintes d'équilibrer de nombreux rôles, souvent non rémunérés, en tant que dispensatrices de soins et membres de la communauté. Lorsque les femmes autochtones dirigent leur entreprise à partir de leur domicile, elles gèrent les besoins de leur ménage, de leurs enfants et de leur entreprise. Pour de

TABLEAU 3: OPINIONS SUR L'IMPORTANCE DES DIFFÉRENTS RÉSEAUX POUR LA RÉUSSITE DES ENTREPRISES

Réseaux	Hommes	Femmes
Communauté locale	77 %	83 %
Fournisseurs	80 %	72 %
Banques, coopératives de crédit ou autres institutions financières	74 %	74 %
Autres entreprises autochtones ou non autochtones avec lesquelles vous collaborez	72 %	72 %
Leadership politique autochtone	57 %	63 %

nombreuses femmes autochtones, la famille passe avant tout, ce qui signifie qu'elles sont souvent incapables de se consacrer à temps plein à leur entreprise.

« Les femmes autochtones considèrent l'entrepreneuriat comme un moyen d'accéder à l'indépendance financière, au contrôle et à la liberté. Mais elles sont également contraintes d'équilibrer de nombreux rôles, souvent non rémunérés, en tant que dispensatrices de soins et membres de la communauté. »

Notre analyse a révélé que 60% des femmes autochtones utilisent leur épargne personnelle pour financer leurs entreprises. Les banques traditionnelles sont réticentes à accorder des prêts aux femmes autochtones chefs d'entreprise opérant dans les réserves en raison des restrictions imposées par la loi sur les Indiens de 1876, qui restreint et réglemente fortement tous les aspects de la vie des peuples autochtones du Canada jusqu'à cette date. Malgré des dizaines de révisions, la notion initiale de contrôle est toujours d'actualité et représente aujourd'hui une forme de sanction économique pour les peuples autochtones. La loi sur les Indiens interdit que tout bien personnel ou immobilier soit utilisé comme garantie pour un prêt financier traditionnel, restreint l'utilisation des terres

dans les réserves à des fins commerciales et affecte la fiscalité. Tous les entrepreneurs autochtones qui souhaitent créer une entreprise dans une réserve doivent se familiariser avec ces règlements, ces exigences et ces formalités administratives. Il est trois fois plus complexe de démarrer une entreprise dans une réserve en raison du ministère des Affaires autochtones et du Nord canadien et de la bureaucratie de la politique des bandes (Brown et al., 2016).

« La loi sur les Indiens interdit que tout bien personnel ou immobilier soit utilisé comme garantie pour un prêt financier traditionnel, restreint l'utilisation des terres dans les réserves à des fins commerciales et affecte la fiscalité. [...] Il est trois fois plus complexe de démarrer une entreprise dans une réserve en raison du ministère des Affaires autochtones et du Nord canadien et de la bureaucratie de la politique des bandes. »

Les conclusions concernant les difficultés financières rencontrées par les entrepreneurs autochtones sont également conformes à un rapport publié par le Conseil national de développement économique des autochtones en 2017, qui indique que 51% des entreprises autochtones ont identifié la recherche de sources de financement potentielles comme un

TABLEAU 4. UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX PAR LES ENTREPRENEURS AUTOCHTONES

Médias sociaux	Hommes	Femmes
Facebook	40 %	56 %
Site web de l'entreprise	23 %	27 %
LinkedIn	20 %	28 %*
Twitter	21 %	23 %
Courrier électronique	7 %	14 %
Google+	4 %	5 %
Sites de partage de photos comme Instagram et Flickr	3 %	6 %
YouTube	3 %	4 %
Pinterest	1 %	5 %
Autres médias (par exemple, radio, journaux, publicités télévisées)	3 %	2 %
Internet (nonspécifié)	2 %	2 %
Blog d'entreprise	1 %	2 %
Kijiji	1 %	
Autres	4 %	5 %
N'utilise pas les médias sociaux	35 %	26 %
Ne sait pas	2 %	1 %

obstacle au développement des entreprises (Conseil national de développement économique des autochtones, 2017). Au Canada, les entrepreneurs autochtones sont confrontés à de nombreux défis et obstacles lorsqu'il s'agit d'accéder à des capitaux, ce qui les oblige à recourir à des « solutions » moins qu'idéales, telles que : puiser dans leurs économies personnelles, emprunter auprès de leur famille et de leurs amis, utiliser des cartes de crédit et occuper plusieurs emplois (The Conference Board of Canada – Northern and Aboriginal Policy, 2017). Le capital est essentiel pour que les entrepreneurs et leurs entreprises puissent prospérer. (Conseil national de développement économique des autochtones, 2017). Alors que les entrepreneurs autochtones se heurtent à des obstacles dans l'accès au capital au niveau individuel, les institutions financières autochtones (IFA) sont également confrontées à des obstacles dans l'accès au financement, ayant souvent une demande de prêt plus importante que les capitaux dont elles disposent (Impakt, n.d.).

Les femmes autochtones entrepreneurs se heurtent à des obstacles supplémentaires dans l'accès au financement, car leurs besoins de financement sont souvent différents de ceux des hommes autochtones. Malheureusement, de nombreux prêts et programmes offerts par les IFA ne sont pas spécifiquement destinés aux femmes. Par exemple, les femmes autochtones sont plus susceptibles de créer une petite entreprise ou une micro-entreprise qui n'a pas besoin d'un gros capital au départ et qui bénéficierait davantage d'un microcrédit (Impakt, n.d.).

### « L'empathie et la création de réseaux sont les clés du succès de tout programme dans une communauté autochtone. »

De nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat autochtone proposent une formule « taille unique ». Toutefois, notre analyse a révélé que les femmes et les hommes autochtones sont confrontés à des obstacles différents. Selon le NIEDB (The National Aboriginal Economic Development Board, 2017), les IFA constituent actuellement la meilleure opportunité de financement pour les entrepreneurs autochtones, mais moins d'une poignée d'entre elles offrent actuellement des programmes spécifiques aux femmes.

L'empathie et la création de réseaux sont les clés du succès de tout programme dans une communauté autochtone, et les mêmes règles s'appliquent à la création de programmes de soutien aux femmes autochtones entrepreneurs. Cela signifie que les acteurs de l'écosystème doivent revoir fondamentalement leur façon de fonctionner afin que des programmes soient créés par des femmes autochtones pour des femmes autochtones.

## CONCLUSION

Il est important de soutenir l'entrepreneuriat des femmes autochtones pour assurer la prospérité de leurs communautés, surtout quand on sait que plus de 80 % des femmes autochtones chefs d'entreprise qualifient leurs relations avec la communauté comme étant les plus importantes pour la réussite de leur entreprise. Leurs entreprises offrent des possibilités d'emploi aux autres membres de la communauté. Les entreprises appartenant à des femmes autochtones ont tendance à avoir un pourcentage plus élevé d'employés autochtones.

Bien que ce document ait identifié certains des obstacles rencontrés par les femmes autochtones chefs d'entreprise, il est important de noter qu'en dépit des obstacles connus, les entreprises appartenant à des femmes autochtones ont été florissantes ces dernières années. En 2016, 71 % des entreprises appartenant à des femmes autochtones ont déclaré un bénéfice net au cours de l'exercice financier précédent. Il sera crucial d'utiliser l'analyse des besoins en entrepreneuriat des femmes autochtones du PCFE (à venir) comme un outil, lors de l'élaboration de programmes visant à répondre aux besoins uniques des femmes autochtones entrepreneurs et à soutenir en permanence leur croissance et leur réussite. Ce rapport met en évidence les domaines dans lesquels les organismes de soutien aux entreprises peuvent concentrer leurs efforts et les lacunes du système actuel nous permettant de soutenir au mieux les femmes autochtones chefs d'entreprise.

## REFERENCES

Brown, K. G., Doucette, M. B., & Tulk, J. E. (Eds.). (2016). *Indigenous business in Canada: Principles and practices*. Cape Breton University Press. [www.cbu.ca/indigenous-affairs/purdy-crawford-chair-in-aboriginal-business-studies/textbook-indigenous-business-in-canada-principles-and-practices/](http://www.cbu.ca/indigenous-affairs/purdy-crawford-chair-in-aboriginal-business-studies/textbook-indigenous-business-in-canada-principles-and-practices/).

CCAB (Canadian Council for Aboriginal Business). (2016). *Promise and prosperity: The 2016 Aboriginal business survey*. [www.ccab.com/wp-content/uploads/2016/10/CCAB-PP-Report-V2-SQ-Pages.pdf](http://www.ccab.com/wp-content/uploads/2016/10/CCAB-PP-Report-V2-SQ-Pages.pdf).

Diochon, M., Mathie, A., Alma, E., & Isaac, S. (2014). «Entrepreneurship among First Nations women in the Atlantic region». *The Atlantic Aboriginal Economic Development Integrated Research Program Report*, Atlantic Policy Congress of First Nations Chiefs Secretariat. Extrait de [www.apcfn.ca/wp-content/uploads/2020/06/FINALREPORT-EntrepreneurshipamongFirstNationsWomenApril2014.pdf](http://www.apcfn.ca/wp-content/uploads/2020/06/FINALREPORT-EntrepreneurshipamongFirstNationsWomenApril2014.pdf).

Impakt. (n.d.). «Creating a new narrative: Empowering Indigenous women through entrepreneurship». Extrait de [www.ccab.com/wp-content/uploads/2016/10/CCAB-PP-Report-V2-SQ-Pages.pdf](http://www.ccab.com/wp-content/uploads/2016/10/CCAB-PP-Report-V2-SQ-Pages.pdf).

Indian Business Corporation. (n.d.). *Indigenous Business Women*. Extrait de [www.indianbc.ca/reports/Indigenous%20Business%20Women.pdf](http://www.indianbc.ca/reports/Indigenous%20Business%20Women.pdf).

The Conference Board of Canada - Northern and Aboriginal Policy. (2017). «Barriers to Aboriginal entrepreneurship and options to overcome them». Extrait de [https://nacca.ca/wp-content/uploads/2017/04/Research-Module-3\\_NACCA-BDC\\_Feb14\\_2017.pdf](https://nacca.ca/wp-content/uploads/2017/04/Research-Module-3_NACCA-BDC_Feb14_2017.pdf).

The National Aboriginal Economic Development Board. (2017). «Recommendations report on improving access to capital for Indigenous Peoples in Canada». Extrait de [https://nacca.ca/wp-content/uploads/2017/04/NAEDB\\_ImprovingAccessToCapital.pdf](https://nacca.ca/wp-content/uploads/2017/04/NAEDB_ImprovingAccessToCapital.pdf).



# OBSTACLES ET OPPORTUNITÉS : L'ESPRIT D'ENTREPRISE DES NOIRS AU CANADA

En tant que PDG de BrandEQ, **NADINE SPENCER** a accéléré la croissance stratégique et la visibilité de la marque pour un portefeuille de clients diversifié. Elle a également été la pionnière de BrandEQ Black, la branche de BrandEQ consacrée à la sensibilité culturelle, dont l'objectif est de travailler avec des organisations et des gouvernements pour examiner les préjugés raciaux dans la publicité et le marketing. Nadine est présidente de la Black Business and Professional Association, qui a été fondée en 1983. La BBPA est une organisation caritative dont la mission est de faire progresser la communauté noire du Canada en abordant la question de l'équité et en proposant des programmes qui soutiennent l'excellence commerciale et professionnelle, l'enseignement supérieur et le développement économique. Championne dévouée de la communauté noire, Mme Spencer a consacré sa vie et son travail à la lutte contre la discrimination, à la lutte contre la pauvreté et à l'avancement de l'éducation des femmes.

**JODI-ANN FRANCIS** est candidate au doctorat en études politiques à l'université Ryerson et associée de recherche principale au Diversity Institute. Ses recherches portent sur les conditions qui ont conduit au développement de politiques (d'immigration) hybrides, telles que le projet pilote d'immigration dans l'Atlantique. Les principaux intérêts de Jodi-Ann comprennent (sans s'y limiter): l'élaboration de politiques d'immigration et leur impact sur les groupes racialisés et marginalisés; la structure et la hiérarchie du pouvoir et son effet sur la promotion des femmes et des jeunes noirs; et les études sur la diaspora. Jodi-Ann est également propriétaire et consultante principale en immigration chez Dalrymple Immigration Consulting.

---

## INTRODUCTION

Alors que la sensibilisation au racisme anti-noir se développe au Canada depuis un certain temps, le meurtre de George Floyd a galvanisé les appels à l'action à travers le monde. L'accent a été mis sur le racisme systémique dans les principales institutions – police, éducation et soins de santé – ainsi que sur les obstacles à l'emploi et à la mobilité. Alors que 4 % de la population canadienne est noire, il existe des obstacles importants à l'emploi et à la promotion, et les Canadiens noirs sont dramatiquement surreprésentés dans les emplois peu rémunérés, peu qualifiés et précaires, et sous-représentés dans les postes de direction. Une étude récente sur les conseils d'administration, par exemple, a révélé que sur les 1600 membres de conseils d'administration d'entreprises au Canada, seuls 13 sont noirs.

« Alors que 4 % de la population canadienne est noire, il existe des obstacles importants à l'emploi et à la promotion, et les Canadiens noirs sont dramatiquement surreprésentés dans les emplois peu rémunérés, peu qualifiés et précaires, et sous-représentés dans les postes de direction. »

La communauté noire du Canada représente environ 4 % (Statistique Canada, 2019) de la population canadienne totale (tableau 1). Avec un schéma ethnique diversifié, la communauté noire est souvent homogénéisée, ce qui entraîne un manque de compréhension de la complexité de l'expérience noire, y compris les différences au niveau de la culture, des expériences historiques et des défis rencontrés par ceux qui

sont nés au Canada par rapport à ceux qui ont immigré au Canada, qui ont également des identités et des expériences culturelles distinctes (Kipusi, 2020). Dans le recensement de 2016, seulement 40 % de la communauté noire a déclaré être née au Canada, le reste étant né en Afrique et dans la diaspora. L'immigration et l'accroissement naturel continuent à expliquer la croissance démographique au sein de la communauté noire. En tant qu'immigrants, environ 70 % des Noirs arrivent au Canada par le biais de la catégorie économique et du regroupement familial, tandis qu'environ 30 % arrivent en tant que personnes protégées ou réfugiées. Au sein de la communauté noire, il existe des différences importantes entre ceux qui s'identifient comme étant originaires des Caraïbes et ceux qui viennent plus récemment d'Afrique. Il existe des différences importantes en ce qui concerne la scolarité et la catégorie professionnelle ainsi que l'identité et bien souvent au niveau des organisations et des réseaux sociaux distincts (l'annexe 1 présente certaines des organisations offrant un soutien aux entrepreneurs noirs).

« Avec un schéma ethnique diversifié, la communauté noire est souvent homogénéisée, ce qui entraîne un manque de compréhension de la complexité de l'expérience noire, y compris les différences au niveau de la culture, des expériences historiques et des défis rencontrés par ceux qui sont nés au Canada par rapport à ceux qui ont immigré au Canada, qui ont également des identités et des expériences culturelles distinctes. »

## LA LITTÉRATURE SUR LES ENTREPRENEURS NOIRS

Il existe un vaste corpus de recherches sur l'entrepreneuriat des Noirs aux États-Unis. Les données américaines montrent que les Noirs sont moins susceptibles d'être propriétaires d'une entreprise ou de travailler à leur compte que l'ensemble de la population américaine (Christnacht, Smith & Chenevert, 2018), qu'ils ont tendance à avoir moins de succès dans l'entrepreneuriat que leurs homologues blancs (Fairlie, 1999 ; Fairlee & Robb, 2007) et que leurs entreprises sont généralement plus jeunes (recensement, 2015) et de moindre envergure (Fairlie & Robb, 2008). Les recherches révèlent des facteurs complexes et croisés qui façonnent les performances des entrepreneurs noirs par rapport aux autres. L'accès au financement est un obstacle majeur pour les entrepreneurs noirs américains. Par exemple, les entreprises dirigées par des Noirs ont tendance à être plus petites et donc moins susceptibles d'avoir accès au financement. En outre, les disparités de richesse entre les ménages noirs et blancs constituent un facteur limitant la réussite des nouvelles entreprises (Lofstrom, Bates & Parker, 2014). En

outre, les entreprises appartenant à des Noirs ont moins de chances d'obtenir des ressources à un niveau comparable à celui des entreprises appartenant à des Blancs, en raison de la différence de notation de crédit (Jaiswal, 2018). D'autres ont constaté que les entrepreneurs noirs sont plus susceptibles d'être des « emprunteurs découragés » qui s'attendent à être discriminés et sont donc peu susceptibles de rechercher un financement (Bates & Robb, 2016 ; Lee et al., 2019).

Des études ont également montré que le capital social est cité comme un obstacle à la réussite des entrepreneurs noirs. Howard (2019) a constaté que les Noirs n'ont pas le même accès aux réseaux sociaux professionnels que les entrepreneurs blancs et que ces réseaux sont souvent la clé du succès de l'expansion des entreprises. En outre, les Noirs américains n'ont pas les mêmes réseaux relationnels ni les mêmes enclaves ethniques que les autres groupes d'immigrants aux États-Unis et ne se développent donc pas au même rythme que les entreprises appartenant à d'autres groupes minoritaires.

« Le transfert intergénérationnel de richesse peut également se compliquer lorsque le sexe et la classe sociale sont ajoutés en tant que dimensions de l'identité laissant les femmes noires avec le moins de richesse par rapport aux hommes noirs, aux femmes blanches et aux hommes blancs. »

Des études menées aux États-Unis ont également confirmé que de nombreux Noirs deviennent entrepreneurs après avoir été exclus des emplois traditionnels, concluant que c'est devenu une « réponse logique au racisme » (Wingfield & Taylor, 2016). Une étude américaine indique toutefois que l'accès au capital devient un obstacle plus important à la croissance des entreprises afro-américaines surtout pour les femmes (Conley, 2018). Le manque de richesse personnelle de ces entrepreneurs constitue souvent un obstacle. Le transfert intergénérationnel de richesse peut également se compliquer lorsque le sexe et la classe sociale sont ajoutés en tant que dimensions de l'identité laissant les femmes noires avec le moins de richesse par rapport aux hommes noirs, aux femmes blanches et aux hommes blancs (Winfield & Taylor, 2016).

## L'ENTREPRENARIAT DES NOIRS AU CANADA

Au Canada, cependant, il existe peu de recherches spécifiquement axées sur les entrepreneurs noirs, en partie à cause de la disponibilité limitée de données désagrégées qui distinguent l'expérience des entrepreneurs noirs par rapport aux autres entrepreneurs racialisés. Le tableau 1 présente des (micro) données désagrégées de Statistique Canada (2016), qui confir-

ment qu'environ 3,5 % de la population noire était constituée de travailleurs autonomes (Statistique Canada, 2016). De nombreux travailleurs indépendants canadiens sont engagés dans le travail à la pièce (gig work), qui est en croissance et, à certains égards, une nouvelle variante de travail contractuel de longue durée et de travail à la pièce semble se développer et dans l'économie du gig, il y a un nombre disproportionné de travailleurs racialisés et noirs. Souvent, les travailleurs et les entrepreneurs sont poussés vers le travail autonome en raison de leur exclusion de l'emploi ordinaire, mais dans d'autres cas, ils choisissent ce type de travail comme voie privilégiée.

« Au Canada, cependant, il existe peu de recherches spécifiquement axées sur les entrepreneurs noirs, en partie à cause de la disponibilité limitée de données désagrégées qui distinguent l'expérience des entrepreneurs noirs par rapport aux autres entrepreneurs racialisés. »

Dans les dernières données d'enquête disponibles, on estime que les entrepreneurs indépendants noirs représentent 3,5 % de la population, soit environ 34 000 personnes. Parmi ceux-ci, environ 30 % sont des femmes, soit un peu moins que dans la population générale (voir tableau 1). En extrapolant

à partir d'autres recherches, on s'attend à ce que les entrepreneurs noirs représentent une proportion plus élevée de travailleurs indépendants canadiens par rapport aux propriétaires majoritaires de PME. Les entrepreneurs indépendants, à leur tour, ont tendance à être sous-financés, plus petits, dans les secteurs des services et plus vulnérables en général que les PME.

Les recherches sur l'entrepreneuriat noir au Canada indiquent que les Noirs se lancent dans l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons. Uneke (1996) a constaté que les propriétaires d'entreprises noirs ont choisi le travail indépendant pour avoir plus d'autonomie personnelle ou d'agence et pour gagner plus d'argent. De même, dans une étude menée sur les entrepreneurs noirs et portugais, Teixeira (2001) a constaté que les entrepreneurs noirs choisissaient le travail indépendant pour gagner en autonomie et en indépendance économique. Toutefois, il a également constaté que les Noirs étaient plus susceptibles de se lancer dans les affaires en raison du chômage ou du manque d'emplois disponibles.

Alors que les organisations axées sur les Noirs, comme la Black Business Professional Association, célèbrent depuis longtemps les réalisations de la communauté noire, l'entrepreneuriat noir n'a pas fait l'objet d'une grande attention dans le monde des affaires canadien. Alors que des organisations telles que le Conseil canadien des fournisseurs autochtones et

TABLEAU 1: POPULATION DU CANADA METTANT EN ÉVIDENCE LES STATISTIQUES SUR LE TRAVAIL AUTONOME DES COMMUNAUTÉS RACIALISÉES

Groupe	Population	Travailleur autonome	Pourcentage travailleur autonome	Travailleur autonome		Pourcentage travailleurs autonomes qui sont des femmes
				Homme	Femme	
Canada	34 460 064	2 211 369	6,4 %	1 411 070	800,299	36,2 %
Autochtone	1 626 625	49,369	3,0 %	29,628	19,741	40,0 %
Arabe	506,003	30,369	6,0 %	23,296	7,073	23,3 %
Noir	994,793	34,370	3,5 %	24,222	10,148	29,5 %
Chinois	1 454 571	96,965	6,7 %	56,816	40,149	41,4 %
Philippin	731,099	14,259	2,0 %	6222	8,037	56,4 %
Latino-Américain	414,918	21,778	5,2 %	12,889	8,889	40,8 %
Autre Asiatique	700,624	52,740	7,5 %	32,518	20,222	38,3 %
Asiatique du Sud	1 805 102	106,443	5,9 %	78,443	28 000	26,3 %
Immigrant	7 493 196	601,738	8,0 %	400,220	201,518	33,5 %
– Avant 1990	2 623 136	235,779	9,0 %	162,375	73,404	31,1 %
– 1990-1999	1 420 855	140,743	9,9 %	92,443	48 300	34,3 %
– 2000-2010	2 119 718	166,519	7,9 %	105,740	60,779	36,5 %
– 2011-2016	1 122 971	45,626	4,1 %	30,740	14,886	32,6 %

Source: Statistique Canada (2016) Fichier de microdonnées à grande diffusion (FMGD) du recensement de 2016; Statistique Canada (2019). [www150.statcan.gc.ca/n1/fr/catalogue/98M0002X](http://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/catalogue/98M0002X)

des minorités (CAMSC) encouragent les achats ciblés pour soutenir diverses entreprises, les stratégies ciblées pour les entreprises noires ont fait l'objet d'une attention limitée. Bien que le milliardaire Michael Lee Chin soit fier de son héritage jamaïcain, il y a peu d'entrepreneurs de renom qui sont noirs. Les Canadiens à travers le pays célèbrent la mobilisation de Viola Desmond, peu savent qu'elle était une entrepreneure à succès.

« Bien que le milliardaire Michael Lee Chin soit fier de son héritage jamaïcain, il y a peu d'entrepreneurs de renom qui sont noirs. Les Canadiens à travers le pays célèbrent la mobilisation de Viola Desmond, peu savent qu'elle était une entrepreneure à succès. »

## LES ENTREPRENEURS NOIRS À TORONTO

En 2015, la ville de Toronto a entrepris une étude (2015a) pour examiner les moyens par lesquels la ville pourrait améliorer son action auprès des petites entreprises noires. L'étude a mis en évidence les obstacles systémiques auxquels se heurte actuellement la communauté des entrepreneurs noirs. À Toronto, environ 200 000 personnes se sont déclarées noires (8,5 % de la population totale de Toronto), ce qui en fait la plus grande représentation de la communauté noire au Canada. L'étude a inclus un nombre plus élevé d'individus de la communauté caribéenne, et les réponses peuvent donc être biaisées en faveur de la communauté afro-caribéenne. Sur les 242 entreprises dirigées par des Noirs qui ont répondu au questionnaire, 133 étaient situées dans la ville de Toronto.

Les résultats de l'enquête indiquent que les services professionnels (32 %), y compris les publicités et les conseils aux entreprises, sont le domaine d'activité principal des entreprises dirigées par des Noirs, tandis que les services éducatifs (11 %), les arts et les divertissements (15 %) représentent d'autres industries où les Noirs sont actifs. En 2014, les cinq premiers secteurs d'emploi à Toronto étaient les soins de santé et l'assistance sociale, l'hébergement et les services de restauration, les finances et les assurances, les services professionnels et le commerce de détail (ville de Toronto, 2015b). Ces cinq industries représentaient la moitié de tous les emplois de la ville. Les résultats de l'enquête montrent que plus de la moitié des entreprises dirigées par des Noirs opèrent également dans les cinq premiers secteurs. En outre, les entreprises noires ont tendance à être assez récentes, car les résultats de l'enquête montrent que la majorité des entreprises appartenant à des Noirs (59 %) à Toronto sont en activité depuis cinq ans ou moins. En outre, sur les 133 personnes interrogées à Toronto, une majorité écrasante est constituée de petites entreprises (98 %), dont environ la moitié (48 %) sont des travailleurs indépendants et 32 % emploient entre deux et cinq personnes.

## LES FEMMES ENTREPRENEURES

S'il existe peu de recherches sur les entrepreneurs noirs en général, il y en a encore moins sur les femmes en particulier, bien que des preuves anecdotiques suggèrent que les obstacles sont amplifiés pour les femmes noires. Il est bien documenté que les femmes entrepreneures sont confrontées à un certain nombre d'obstacles structurels et liés au genre, notamment les stéréotypes (c'est-à-dire que les hommes dans le domaine de la technologie sont généralement considérés comme des entrepreneurs) et l'accès aux aides (WEKH, 2020) telles que les possibilités de financement et de formation. Même lorsque des programmes ont été élaborés à l'intention des entrepreneurs noirs, les femmes n'y sont souvent pas incluses.

« S'il existe peu de recherches sur les entrepreneurs noirs en général, il y en a encore moins sur les femmes en particulier, bien que des preuves anecdotiques suggèrent que les obstacles sont amplifiés pour les femmes noires. »

La recherche de la ville de Toronto (2015a) indique également que les obstacles à la croissance des entreprises noires comprennent un manque d'accès au crédit dû au fait d'avoir de nouvelles entreprises ou des entreprises de moins de cinq ans, un manque de possibilités de mise en réseau et un accès limité à la formation de développement professionnel. Cela met particulièrement en danger les entreprises dirigées par des femmes noires, car l'enquête a révélé que les entreprises détenues et gérées par des femmes noires sont généralement plus récentes (68 %), contrairement à celles gérées par leurs homologues masculins (48 %).

Si les obstacles à la réussite des femmes noires chefs d'entreprise sont nombreux, l'esprit d'entreprise présente également des avantages. Par exemple, la majorité des propriétaires d'entreprise immigrants, s'ils ont la possibilité d'occuper un emploi avec un revenu similaire, choisissent de rester à leur compte (Hou & Wang, 2011). L'esprit d'entreprise peut souvent offrir aux femmes des alternatives à l'emploi traditionnel. Une étude sur les femmes ghanéennes chefs d'entreprise au Canada a révélé que la principale motivation pour l'entrepreneuriat était la flexibilité permettant un meilleur équilibre entre le travail et la famille (Nkrumah, 2016). Ce sentiment que le travail indépendant peut être une solution pour les femmes ayant des responsabilités domestiques a été repris dans d'autres études (Jeon & Ostrovsky, 2016).

« Si les obstacles à la réussite des femmes noires chefs d'entreprise sont nombreux, l'esprit d'entreprise présente également des avantages... L'esprit d'entreprise peut souvent offrir aux femmes des alternatives à l'emploi traditionnel. »

## OBSTACLES ET DOMAINES DE SOUTIEN

Des recherches ont montré que les entrepreneurs noirs au Canada sont plus susceptibles de déclarer avoir rencontré des obstacles à la création de leur entreprise que ne le sont d'autres groupes ethnoraciaux tels que les Portugais (Teixeira, 2011) et les Chinois (Uneke, 1996).

Les recherches très limitées sur les entrepreneurs noirs au Canada ont montré que les entrepreneurs noirs sont souvent confrontés à des obstacles pour accéder à une aide financière et doivent souvent compter sur leurs économies personnelles. Une étude portant sur les entrepreneurs noirs et chinois au Canada a révélé que les propriétaires d'entreprises noires sont moins susceptibles de recevoir des prêts commerciaux d'une institution financière que les propriétaires d'entreprises chinoises (47 % par rapport à 84 % respectivement) (Uneke, 1996). L'étude a révélé que l'absence de garanties et de fonds propres adéquats était la principale raison du rejet d'une demande d'aide financière. De même, par rapport aux propriétaires d'entreprises portugais qui indiquent que la maîtrise de la langue est le principal obstacle à la création de leur entreprise, les propriétaires d'entreprises noirs sont les plus susceptibles de déclarer que l'accès au financement est le principal obstacle. Ce sentiment a été repris dans l'étude de Toronto (2015a) où les jeunes entrepreneurs (18-34 ans) ainsi que les propriétaires d'entreprises en activité depuis cinq ans ou moins déclarent que l'accès au financement est le domaine dans lequel ils ont le plus besoin d'un soutien de la part de la ville. La difficulté d'accès au financement pour ces deux groupes est probablement due au manque de crédit établi.

Outre l'accès au financement, l'étude de Toronto (2015a) a révélé que le marketing (58 %) et les possibilités de réseautage et d'apprentissage (55 %) étaient également des domaines dans lesquels ils souhaitaient que la ville les soutienne. Les jeunes entrepreneurs (âgés de 18 à 34 ans) également cité la mise en relation avec des mentors bien informés (54 %) comme étant un domaine supplémentaire où l'aide de la ville est nécessaire. Les répondants de Toronto ont également déclaré que l'expansion de leur entreprise et l'obtention d'un espace abordable (41 %) étaient des domaines qui nécessitaient un soutien plus important. Les besoins varient également en fonction de l'industrie dans laquelle les entrepreneurs noirs sont impliqués. Ceux du commerce de détail, par exemple, ont souligné le besoin d'accéder à des opportunités de marketing (80 %) et de financement (60 %), tandis qu'une proportion nettement plus faible (20 %) se préoccupait des possibilités de mentorat. L'expansion (67 %) et l'exportation (67 %) sont les principales préoccupations des entrepreneurs noirs dans le domaine des services de santé.

Le manque de capital social et de réseaux relationnels a été cité dans les recherches américaines comme explication du manque de succès des entrepreneurs noirs (voir Howard, 2019). Des résultats semblables quant au manque de réseaux

relationnels ont été constatés au Canada. Des recherches comparant les entrepreneurs chinois et noirs au Canada ont révélé que la majorité des propriétaires d'entreprises chinoises (76 %) faisaient appel à du personnel familial non rémunéré, comparé à 24 % des propriétaires d'entreprises noirs (Uneke, 1996). L'étude a également révélé que les propriétaires d'entreprises noirs n'avaient pas accès aux mêmes organisations commerciales et aux mêmes ressources collectives que les propriétaires d'entreprises chinoises. Dans l'étude canadienne comparant les entrepreneurs portugais et noirs, Teixeira (2001) a constaté que les entrepreneurs noirs étaient moins susceptibles de compter sur les ressources/informations de la communauté et dépendaient moins de la famille et des amis que leurs homologues portugais.

Comme indiqué précédemment, la communauté noire n'est pas une entité homogène, comme le prouvent les besoins distincts des différents groupes ethniques dans le milieu des affaires noir de Toronto. Par exemple, bien que les possibilités de réseautage et d'apprentissage et le marketing soient les deux préoccupations les plus courantes en général, les propriétaires d'entreprises de Toronto qui s'identifient comme étant d'origine africaine affirment que l'expansion de leurs entreprises et l'obtention de locaux abordables sont des domaines particulièrement essentiels qui ont besoin du soutien de la ville. De leur côté, les entreprises dirigées par des ressortissants des Caraïbes ou de l'Inde occidentale considèrent que l'accès au financement est un domaine crucial, en plus de la mise en réseau et du marketing. Une autre différence importante entre les entrepreneurs noirs des Caraïbes et ceux d'Afrique noire est la barrière linguistique que rencontrent les entrepreneurs noirs africains à Toronto. Une étude sur les femmes ghanéennes chefs d'entreprise au Canada a révélé que la maîtrise de la langue constitue un obstacle à la réussite de l'entreprise (Nkrumah, 2016). Ce n'est pas autant le cas des entrepreneurs des Caraïbes, car l'anglais est généralement leur langue maternelle. Cependant, la discrimination contre les accents étrangers a tendance à affecter les Noirs des Caraïbes et d'Afrique.

« Les sentiments anti-noirs envers les entrepreneurs et les entreprises noires de la part des institutions financières ont été cités comme un facteur important dans le manque d'accès à l'aide financière. »

Dans ce contexte, la communauté noire est confrontée à la discrimination sous la forme d'un racisme systémique et de micro-agressions, qui se traduisent par des obstacles à l'avancement socio-économique, en particulier pour la communauté noire en matière d'entrepreneuriat. Les micro-agressions sont généralement menées par le biais de brèves interactions où l'agresseur insulte ou utilise des stéréotypes, intentionnellement ou involontairement, par exemple contre les personnes de couleur, alors que le racisme systémique fait référence aux

systèmes d'oppression et aux politiques racistes établies au sein des institutions (Matthews, 2020). Par exemple, les sentiments anti-noirs envers les entrepreneurs et les entreprises noires de la part des institutions financières ont été cités comme un facteur important dans le manque d'accès à l'aide financière (Uneke, 1996). Dans cette même étude, les propriétaires d'entreprises noires ont relaté avoir vécu des rejets de demandes de prêts financiers pour raison du stéréotype que les noirs ne sont pas traditionnellement associés à la réussite entrepreneuriale (Uneke, 1996). En outre, il y a eu une discrimination historique à l'encontre des Noirs qui ont été exclus des événements et des clubs où le réseautage social se produit normalement et où les contacts d'affaires sont traditionnellement établis (Uneke, 1996). Il en est résulté une pénurie d'entreprises noires (Uneke, 1996) et de modèles de référence noirs dans le monde des affaires. Les entrepreneurs noirs ont dû trouver un certain nombre de stratégies pour lutter contre le racisme et la discrimination à leur égard, notamment en restant à l'écart ou en étant « sans visage » dans la gestion de leur entreprise (Nkrumah, 2016).

## OBSTACLES SUPPLÉMENTAIRES CRÉÉS PAR LA COVID-19

La COVID-19 a touché tous les Canadiens. Cependant, certains sont beaucoup plus touchés que d'autres. Alors que les petites et moyennes entreprises et les entrepreneurs indépendants ont subi des effets catastrophiques – en termes de licenciements et de fermetures – les entrepreneurs noirs sont confrontés à un fardeau encore plus lourd, en partie à cause de l'inégalité structurelle, de la discrimination et de la difficulté d'accès aux soutiens nécessaires. Les effets sur les femmes entrepreneures noires sont aggravés par l'impact écrasant des fermetures d'écoles et de garderies, le fardeau du travail non rémunéré à la maison et l'accès aux infrastructures de base.

« Les entrepreneurs noirs sont plus susceptibles d'avoir des entreprises dans le secteur des services, de posséder des petites entreprises et d'être autofinancés, ce qui les rend parmi les plus susceptibles d'être perturbés par la COVID-19. »

En outre, les entrepreneurs noirs sont plus susceptibles d'avoir des entreprises dans le secteur des services, de posséder des petites entreprises et d'être autofinancés, ce qui les rend parmi les plus susceptibles d'être perturbés par la COVID-19<sup>1</sup>. Par exemple, les données montrent que les trois principaux secteurs industriels en Amérique du Nord dans lesquels les

entreprises dirigées par des Noirs opèrent, selon les catégories du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord, sont les services professionnels, les arts, le divertissement et les loisirs, et les services éducatifs. Il convient de noter que ce sont les entreprises qui ont connu le plus de perturbations au cours des phases initiales de la COVID-19. Les recherches sur les entrepreneurs noirs en général, et sur les femmes entrepreneures noires en particulier, révèlent également l'absence de modèles de référence. Les médias sont dominés par les stéréotypes technologiques et les voix qui défendent le secteur de la technologie et de l'innovation, excluant souvent les commerces de rue et de services que les Noirs canadiens sont les plus susceptibles de posséder (Senior & Cukier, 2020).

En réponse aux défis présentés par la COVID-19, le gouvernement fédéral a mis en place divers programmes pour atténuer les difficultés créées par la pandémie (tableau 2), mais comme l'indique la recherche de la BBPA, de nombreuses entreprises noires ne sont pas en mesure d'en tirer parti. Bien que ces programmes abordent certains des problèmes rencontrés par les entrepreneurs, la communauté noire a souligné la nécessité d'un soutien supplémentaire.

« Pendant les premières phases de la fermeture, seuls 10 % des entreprises appartenant à des Noirs sont restées ouvertes, et 80 % des entreprises ont déclaré ne pas avoir de liquidités pour les factures d'avril et 85 % étaient préoccupées par la menace d'une fermeture définitive. »

La Black Business and Professional Association (BBPA) a participé à une enquête sur « l'impact de la COVID-19 sur votre entreprise » administrée par la province de l'Ontario. L'enquête faisait partie d'une étude pilote et comparait les expériences des membres de la BBPA et des membres de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) en ce qui concerne les aides disponibles auprès du gouvernement fédéral. Interrogés sur la subvention salariale d'urgence du Canada, 80 % des membres de la BBPA ont déclaré qu'elle ne leur serait pas profitable, comparé à seulement 37 % des membres de la FCEI. Alors que la COVID-19 a eu un impact sur les entreprises en raison des fermetures prolongées, l'effet sur les entreprises détenues par des entrepreneurs noirs a été plus prononcé. Pendant les premières phases de la fermeture, seuls 10 % des entreprises appartenant à des Noirs sont restées ouvertes, et 80 % des entreprises ont déclaré ne pas avoir de liquidités pour les factures d'avril et 85 % étaient préoccupées par la menace d'une fermeture définitive. Cela contraste avec

1 Diversity Institute (2020). *Black Canadian Women in Action*.

les membres de la FCEI qui ont déclaré que 20 % des entreprises étaient encore entièrement ouvertes, et par rapport aux entreprises noires, moins de la moitié des entreprises étaient préoccupées par le problème de liquidités pour les factures d'avril (30 %) et par la fermeture définitive (39 %). En ce qui concerne la capacité d'endettement, 56 % des membres de la FCEI étaient incapables de contracter des dettes supplémentaires, par rapport à 98 % des membres interrogés par la BBPA. Le tableau 2 présente un échantillon des réponses de l'enquête.

« Dans un effort visant à améliorer l'accès aux aides pour les entrepreneurs noirs, il est nécessaire de prendre en compte la diversité dans l'élaboration et la mise en œuvre des programmes de soutien aux petites entreprises. »

## RECOMMANDATIONS

Le point de départ d'une réponse fondée sur des preuves est de disposer de meilleures données, notamment de données ventilées par origine ethnique et par genre. Le monde des affaires noir n'est pas homogène et nous devons mieux comprendre les besoins de ses entreprises. Dans un effort visant à améliorer l'accès aux aides pour les entrepreneurs noirs, il est nécessaire de prendre en compte la diversité dans l'élaboration et la mise en œuvre des programmes de soutien aux petites entreprises. De plus, en considérant les barrières historiques et systémiques qui persistent au sein de la communauté noire, une vision nuancée des impacts inégaux de la COVID-19 doit être prise en compte par les décideurs politiques, les chercheurs et les entreprises.

Nous devons poursuivre nos efforts pour lutter contre la discrimination systémique et en particulier contre le racisme

TABLEAU 2. ÉCHANTILLON DE RÉPONSES DE L'ENQUÊTE SUR LES ENTREPRISES TOUCHÉES PAR LA COVID-19

	Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI)	Black Business & Professional Association
La subvention canadienne d'urgence pour les salaires ne dépannera pas	37 %	80 %
Ne pensent pas qu'ils pourront bénéficier d'un compte d'urgence pour entreprises au Canada (CEBA)	20 %	80 %
Sont entièrement ouverts	20 %	10 %
Ne disposent pas de liquidités pour payer les factures d'avril	30 %	80 %
Soucieux du risque de fermeture définitive	39 %	85 %
Incertitude quant à la possibilité de réouverture	32 %	60 %
Peuvent survivre pendant moins d'un mois dans les conditions actuelles	25 %	85 %
Estiment que le gouvernement devrait mettre des fonds d'urgence à la disposition des entreprises qui ont été le plus durement touchées pour couvrir les coûts fixes	86 %	98 %
Manque de capacité à assumer des dettes	56 %	96 %

Source: Black Business and Professional Association. (2020). « L'enquête de la Black Business and Professional Association révèle des disparités marquées entre les effets de la COVID-19 sur les entreprises noires et les autres entreprises au Canada ». Toronto, 2020.

noir, pour remettre en question les stéréotypes et célébrer les succès des entrepreneurs noirs. « Si vous ne le voyez pas, vous ne pouvez pas le devenir » et bien que des initiatives telles que les prix Harry Jerome et l'initiative Great Black North soient importantes, nous devons nous attaquer de front aux stéréotypes dans les médias et au sein de la culture dominante. De même, il est essentiel de comprendre les problèmes structurels qui touchent les entrepreneurs indépendants et ceux du secteur des services. Il est également essentiel de tenir compte du genre et de la diversité dans les grands programmes, en leur assignant des objectifs spécifiques et en les responsabilisant.

« Les politiques d'approvisionnement du gouvernement et des grandes entreprises, qui attribuent une partie des dépenses organisationnelles aux entreprises noires, associées à des programmes de renforcement des capacités, se sont avérées efficaces aux États-Unis et peuvent être étendues au Canada. »

Au niveau institutionnel, nous avons besoin de plus de données sur les processus et les politiques des institutions financières, des organisations de soutien aux entreprises, des incubateurs et d'autres éléments clés de l'écosystème de l'entrepreneuriat et de l'innovation afin d'éliminer les obstacles auxquels sont confrontés les entrepreneurs noirs, et en particulier les femmes immigrantes et les femmes entrepreneures, compte tenu des enjeux intersectoriels. Des investissements financiers ciblés et des programmes de subventions sont nécessaires pour aider à uniformiser les règles du jeu ainsi que le soutien aux organisations conçues spécifiquement pour aider les entrepreneurs noirs. Les politiques d'approvisionnement du gouvernement et des grandes entreprises, qui attribuent une partie des dépenses organisationnelles aux entreprises noires, associées à des programmes de renforcement des capacités, se sont avérées efficaces aux États-Unis et peuvent être étendues au Canada.

Nous devons également renforcer les capacités des entrepreneurs noirs dès leur plus jeune âge. Il est essentiel de mettre l'accent sur les possibilités offertes par l'esprit d'entreprise, les connaissances financières, les compétences commerciales et technologiques pour constituer le bassin d'entrepreneurs en devenir. Il est également important de mettre en place des programmes de formation ciblés sur les entrepreneurs noirs et en particulier sur les femmes entrepreneures noires. L'accès à un mentorat, un encadrement et un parrainage culturellement adaptés sont également essentiels.

## REFERENCES

Bates, T. & Robb, A. (2016). « Impacts of Owner Race and Geographic Context on Access to Small-Business Financing ». *Economic Development Quarterly*, 30(2), 159 – 170.

Black Business and Professional Association. (2020). « Black Business and Professional Association Survey Reveals Marked Disparities Between COVID-19 Effects on Black Businesses and Other Businesses in Canada ». Toronto, 2020.

Christnacht, C., Smith, A. & Chenevert, R. (2018). « Measuring Entrepreneurship in the American Community Survey: A Demographic and Occupational Profile of Self-Employed Workers ». *Social, Economic, and Housing Statistics Division Working Paper Number 2018-28*. Extrait de [www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2018/demo/SEHSD-WP2018-28.pdf](http://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2018/demo/SEHSD-WP2018-28.pdf).

City of Toronto (2015a). « Black-led Businesses in Toronto: Building Opportunities for Growth and Prosperity ». Extrait de [www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/11/8ff2-EDC-Black-led-Businesses-Toronto.pdf](http://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/11/8ff2-EDC-Black-led-Businesses-Toronto.pdf).

City of Toronto (2015b). *2014 Toronto Employment Survey*. Extrait de [www.toronto.ca/legdocs/mmis/2015/pg/bgrd/background-file-76162.pdf](http://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2015/pg/bgrd/background-file-76162.pdf).

Conley, N. (2018). *Barriers and facilitators of growth in Black entrepreneurial ventures: Thinking outside the Black box* (thèse de doctorat, Case Western Reserve University).

Diversity Institute. (2017). *The Black Experience Project in the GTA*. [www.ryerson.ca/content/dam/diversity/reports/black-experience-project-gta---1-overview-report.pdf](http://www.ryerson.ca/content/dam/diversity/reports/black-experience-project-gta---1-overview-report.pdf).

Fairlie, R. W. (1999). « The absence of the African-American-owned business: An analysis of the dynamics of self-employment ». *Journal of Labor Economics*, 17(1), 80 – 108.

Fairlie, R. W. & Robb, A.M. (2007). « Why are black-owned businesses less successful than white-owned businesses? The role of families, inheritances and business human capital ». *Journal of Labor Economics*, 25(2), 289 – 323.

Howard, T. (2019). *The state of Black entrepreneurship in America: Evaluating the relationship between immigration and minority business ownership*. Center for Policy Analysis and Research. [www.cbcfinc.org/wp-content/uploads/2019/05/CPAR-Report-Black-Entrepreneurship-in-America.pdf](http://www.cbcfinc.org/wp-content/uploads/2019/05/CPAR-Report-Black-Entrepreneurship-in-America.pdf).

Jaiswal, M. (2018). « Black vs. white-owned new venture performance: a study of mediating effects ». *New England Journal of Entrepreneurship* (21)2, pp. 81 – 100. Extrait de <https://doi.org/10.1108/NEJE-06-2018-0012>.



Jeon, S. & Ostrovsky, Y. (2016). «Balancing family and work: Transition to self-employment among new mothers». *Analytical Studies Branch Research Paper Series*. Catalogue no. 11F0019M – No. 385. Extrait de [www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/11f0019m/11f0019m2016385-eng.pdf?st=orAxF\\_Wv](http://www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/11f0019m/11f0019m2016385-eng.pdf?st=orAxF_Wv).

Kipusi, S. S. (2020). *Examination of Black Entrepreneurs in Toronto, Canada: Critical Analysis of the Role of Financial Literacy* (doctoral dissertation).

Lee, A., Mitchell, B. & Lederer, B. (2019). «Disinvestment, discouragement and inequity in small business lending». <https://ncrc.org/wp-content/uploads/2019/09/NCRC-Small-Business-Research-FINAL.pdf>.

Lofstrom, M., Bates, T. & Parker, S. (2014). «Why are some people more likely than others to become owners of small businesses? Entrepreneurial entry and industry-specific barriers». *Journal of Business Venturing*, 29, 232 – 251.

Nkrumah, A. (2016). «Ghanaian female immigrant entrepreneurs in Canada: Experiences, challenges, and coping strategies». *Open Journal of Social Sciences*, 4(10), 59 – 78.

Senior, P. & Cukier, W. (Feb. 28, 2020). «It is important to rethink the entrepreneur stereotype». WEKH. Available at <https://wekh.ca/paulette-senior-wendy-cukier-it-is-important-to-rethink-the-entrepreneur-stereotype>.

Statistics Canada. (2016). *Census 2016 Public Use Microdata File (PUMF)*. Statistics Canada (2019). Extrait de [www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/98M0002X](http://www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/98M0002X).

Statistics Canada (2019). *Diversity of the Black population in Canada: An overview*. Extrait de [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-eng.htm).

Statistics Canada (2020). *SME Profile: Ownership demographic statistics*. Extrait de [www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h\\_03115.html](http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/h_03115.html).

Teixeira, C. (2001). «Community Resources and Opportunities in Ethnic Economies: A Case Study of Portuguese and Black Entrepreneurs in Toronto». *Urban Studies*, 38(11), 2055 – 2078. Extrait de <https://doi.org/10.1080/00420980120080934>.

Uneke, O. (1996) «Ethnicity and Small Business Ownership: Contracts Between Blacks and Chinese in Toronto». *Work, Employment and Society*, 10, 529 – 548.

United States Census Bureau. (2015). *Number of Minority-Owned Employer Firms Increased in 2015*. Extrait de [www.census.gov/newsroom/press-releases/2017/minority-owned-employer-firms.html](http://www.census.gov/newsroom/press-releases/2017/minority-owned-employer-firms.html).

WEKH (2020). «The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020». *Women Entrepreneurship Knowledge Hub*. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

Wingfield, A. H. & Taylor, T. (2016). «Race, gender, and class in entrepreneurship: Intersectional counterframes and black business owners». *Ethnic and Racial Studies*, 39(9), 1676 – 1696.

## ORGANISATIONS APPORTANT UN SOUTIEN AUX ENTREPRENEURS NOIRS (CARTOGRAPHIE DES ÉCOSYSTÈMES):

Africa-Canada Chamber of Commerce	<a href="http://www.canadaafrica.ca">www.canadaafrica.ca</a>
African-Canadian Development Cooperation (ACADEC)	<a href="http://www.africandevopment.ca">www.africandevopment.ca</a>
Audace au féminin – Salon international de la femme noire	<a href="http://www.sifn-montreal.com">www.sifn-montreal.com</a>
Black Business and Professional Association	<a href="http://www.bbpa.org">www.bbpa.org</a>
Black Business Initiative	<a href="http://www.bbi.ca">www.bbi.ca</a>
Black Canadian Women in Action	<a href="http://www.bcwinaction.ca">www.bcwinaction.ca</a>
Black Professionals in Tech Network	<a href="http://www.bptn.ca">www.bptn.ca</a>
Canada East Africa Chamber of Commerce	<a href="http://www.canada-eastafrika.com">www.canada-eastafrika.com</a>
Canadian Association of Urban Financial Professionals	<a href="http://www.caufp.ca">www.caufp.ca</a>
Canadian Black Chamber of Commerce	<a href="http://www.blackchamber.ca">www.blackchamber.ca</a>
Canadian Council on Africa	<a href="http://www.ccafrica.ca">www.ccafrica.ca</a>
Caribbean-Canadian Chamber of Commerce & Community	<a href="http://www.c5ontario.com">www.c5ontario.com</a>
CASA Foundation	<a href="http://www.casafoundation.ca">www.casafoundation.ca</a>
Chantier d'Afrique du Canada (CHAFRIC)	<a href="http://www.chafric.ca">www.chafric.ca</a>
Force leadership africain	<a href="http://www.forceleadershipafricain.org">www.forceleadershipafricain.org</a>
Forum économique international des Noirs (IBEF)	<a href="http://www.fein-ibef.com/home">www.fein-ibef.com/home</a>
How She Hustles	<a href="http://www.howshehustles.com">www.howshehustles.com</a>
Impact Hub	<a href="http://www.impacthub.net">www.impacthub.net</a>
Jeune chambre du Congo-Kinshasa au Québec	No website available
M3E	<a href="http://www.missionentreprenelle.com/index.php">www.missionentreprenelle.com/index.php</a>
Nigerian-Canadian Business Association	<a href="http://www.ncbn.ca">www.ncbn.ca</a>
Programme d'aide à l'entrepreneuriat (PAEN)	<a href="http://www.economie.gouv.qc.ca/bibliotheques/programmes/aide-financiere/programme-daide-a-lentrepreneuriat-paen/?no_cache=1">www.economie.gouv.qc.ca/bibliotheques/programmes/aide-financiere/programme-daide-a-lentrepreneuriat-paen/?no_cache=1</a>
Réseau des entrepreneurs et professionnels africains	<a href="http://www.repaf.org">www.repaf.org</a>

Source: Diversity Institute Ecosystem Mapping of organizations within the DI Network. 2020.

# OBSTACLES À L'ENTREPRENEURIAT POUR LES FEMMES IMMIGRANTES : UNE PERSPECTIVE CANADIENNE

La **DRE GUANG YING MO** est associée de recherche principale au Diversity Institute de l'Université Ryerson. Elle a obtenu son doctorat en sociologie à l'université de Toronto. Ses domaines de recherche sont la communication organisationnelle, la collaboration et l'innovation, le soutien social aux groupes sous-représentés et les médias sociaux. Avant de rejoindre le Diversity Institute, elle a mené des projets de recherche sur la communication organisationnelle et l'utilisation des technologies par les groupes sous-représentés, tels que les personnes âgées, les adolescents et les soignants de personnes atteintes de démence. Son travail actuel se concentre sur l'entrepreneuriat et l'équité en matière d'emploi pour les groupes sous-représentés.

**RUBY LATIF**, BA, BAH, M.A., candidate au doctorat en sciences sociales (ABD) est titulaire d'une maîtrise en leadership de l'université de Guelph et poursuit un doctorat en sciences sociales à l'université Royal Roads. Elle a plus de 15 ans d'expérience dans l'établissement de partenariats stratégiques et la promotion d'initiatives axées sur la communauté. Elle est également une entrepreneure qui se consacre au soutien d'organisations dans le cadre d'initiatives liées à la diversité, l'équité et l'inclusion. Ses recherches au Diversity Institute (Université Ryerson) portent sur l'élimination des obstacles aux groupes sous-représentés dans les postes de direction, sur la représentation des femmes et des minorités visibles dans les médias et sur la création de partenariats pour faire progresser les initiatives de diversité et d'inclusion.

---

## INTRODUCTION

L'entrepreneuriat des immigrants occupe une place de plus en plus importante dans le paysage commercial canadien. Il contribue également de façon importante à l'économie canadienne, car il offre aux nouveaux arrivants une voie d'accès et de participation au marché du travail (Diversity Institute, 2017; Ensign & Robinson, 2011; Eraydin, Tasan-Kok, & Vranken, 2010; Robertson & Grant, 2016). L'entrepreneuriat représente également une option de carrière viable et satisfaisante pour les femmes immigrantes (Braidford et al., 2013; Byrne et al., 2019; Orser et al., 2019), car les recherches suggèrent que les immigrants sont confrontés à des barrières sociales uniques à l'obtention d'un emploi rémunéré en raison d'obstacles systématiques et de préjugés cachés ou inconscients (Diversity Institute, 2017).

La littérature suggère également que les groupes sous-représentés choisissent l'entrepreneuriat comme moyen de contourner des problèmes tels que l'insatisfaction en matière de salaire et d'emploi. Les barrières systémiques qui filtrent les immigrants racialisés en particulier vers des emplois peu rémunérés et peu qualifiés entraînent souvent leur insatisfaction par rapport à leur emploi actuel (Bauder, 2003; Teixeira & Lo, 2012; Wayland, 2011). Les femmes, en particulier les femmes racialisées ou les femmes immigrantes, sont confrontées à un type de discrimination supplémentaire sur le lieu de travail, notamment le fait d'être écartées pour des opportunités de promotion pour lesquelles elles sont qualifiées ou d'être soumises à un environnement de travail hostile (Branker, 2017). Par conséquent, certaines femmes immigrantes et racialisées se tournent vers l'entrepreneuriat comme alternative à l'emploi traditionnel (Momani, 2018).

« Il a été démontré que le manque de reconnaissance des diplômes étrangers sur le marché canadien est à l'origine du sous-emploi et du chômage chez les immigrants... Dans certains cas, ces facteurs conduisent les femmes immigrantes et racialisées qualifiées et instruites à se lancer dans l'entrepreneuriat. »

En outre, les barrières structurelles et culturelles qui existent sur le marché du travail au sens large, telles que la discrimination fondée sur la race et le sexe, peuvent aggraver les inégalités existantes (Robertson & Grant, 2016). Les immigrants sont souvent exclus des marchés du travail traditionnels en raison de facteurs organisationnels et sociétaux tels que le manque de reconnaissance des diplômes étrangers. Il a été démontré que le manque de reconnaissance des diplômes étrangers sur le marché canadien est à l'origine du sous-emploi et du chômage chez les immigrants (Byrne et al., 2019; Orser et al., 2019). Un rapport de Statistique Canada datant de 2015 a confirmé que les femmes immigrantes sont plus susceptibles d'être au chômage ou sous-employées que leurs homologues nées au Canada, bien qu'elles possèdent en moyenne un niveau d'éducation plus élevé (Statistique Canada, 2015). Dans certains cas, ces facteurs conduisent les femmes immigrantes et racialisées qualifiées et instruites à se lancer dans l'entrepreneuriat (Robertson & Grant, 2016).

Cependant, tous les immigrants ne s'engagent pas dans une poursuite de l'esprit d'entreprise « par nécessité ». L'opportunité est souvent citée comme un facteur de motivation principal qui pousse les nouveaux arrivants à immigrer en premier lieu (Langford, Josty & Holbrook, 2013); à ce titre, de nombreux immigrants participent à un entrepreneuriat « basé sur l'opportunité » (Diversity Institute, 2017, Langford, Josty & Holbrook, 2013). Les recherches menées par Hou et Wang (2011) indiquent que près de deux tiers des entrepreneurs immigrants choisiraient de rester indépendants si on leur proposait un emploi avec un revenu comparable. L'esprit d'entreprise des immigrants est également associé à une innovation accrue, car les nouveaux arrivants recherchent la réussite et l'influence (Dimitratos et al., 2016) et favorisent la croissance économique en contribuant à l'écosystème d'innovation performant (Bauder 2008; Hiebert, 2003; Marger, 2006; Ostrovsky, Picot & Leung, 2019). Il existe actuellement des programmes visant à soutenir les femmes entrepreneures, y compris celles qui sont immigrantes, par exemple le Women's Entrepreneurship Hub (WE-Hub) ou le Workforce Innovation and Inclusion Project (WIIP). Toutefois, on ne sait pas très bien comment ces programmes pourraient faire progresser l'entrepreneuriat des femmes immigrantes dans l'écosystème de l'innovation canadien, qui comprend des facteurs aux niveaux macro (par exemple, les politiques et les normes), méso (par exemple, la formation

et les réseaux) et micro (par exemple, les attitudes et les comportements) (Cukier et al., 2014; Orser et al., 2019).

Dans ce travail, nous soutenons qu'une stratégie efficace pour faire progresser l'entrepreneuriat des femmes immigrantes doit être fondée sur des preuves et une compréhension approfondie du fonctionnement de l'écosystème de l'innovation. Ce travail utilise une étude de cas pour mettre en évidence un programme de formation pour les entrepreneurs immigrants et examiner comment de tels programmes pourraient éliminer les obstacles à l'entrepreneuriat et aider à accélérer la croissance des entreprises dirigées par des femmes immigrantes.

« Une stratégie efficace pour faire progresser l'entrepreneuriat des femmes immigrantes doit être fondée sur des preuves et une compréhension approfondie du fonctionnement de l'écosystème de l'innovation. »

## REVUE DE LA LITTÉRATURE

Il est largement prouvé que les entrepreneurs immigrants sont surreprésentés au Canada et nombre d'entre eux choisissent l'entrepreneuriat et le travail indépendant comme une alternative viable à l'emploi traditionnel (Statistique Canada, 2018b). Selon le rapport GEM Canada 2013, le taux d'activité entrepreneuriale est plus élevé chez les immigrants de première génération au Canada que dans la population générale (Langford, Josty & Holbrook, 2013), c'est-à-dire que 34,7% de toutes les entreprises créées en Ontario sont dirigées par des immigrants de première génération (Davis et al., 2014).

Une étude réalisée en 2017 par le Diversity Institute a souligné que les nouveaux arrivants au Canada sont confrontés à des obstacles uniques à l'entrepreneuriat au Canada. Parmi ces obstacles figurent des questions culturelles, telles que la langue et la compréhension du marché canadien, la compréhension des réglementations et des taxes, et l'accès au financement ou aux personnes qualifiées pour développer leur entreprise.

De même, un rapport du Global Diversity Exchange de l'université Ryerson indique que « certains des défis les plus courants auxquels sont confrontés les entrepreneurs immigrants sont la maîtrise de la langue, la connaissance de la culture et des pratiques commerciales et l'obtention d'un financement » (Sim, 2015). Le rapport indique également que nombre d'entre eux ont des difficultés à obtenir des prêts bancaires en raison de leur inexpérience en affaires au Canada, d'une expérience professionnelle insuffisante et de l'absence d'antécédents en matière de crédit (Sim, 2015). Les autres défis auxquels un entrepreneur immigrant peut être confronté sont : des ressources financières insuffisantes (Chrysostome

& Arcand, 2009), un manque de connaissance des marchés et de la culture locale (Clydesdale, 2008), des obstacles réglementaires au démarrage d'une entreprise (Ley, 2006), et des obstacles dus à des préjugés manifestes et inconscients (Terjesen & Elam, 2009).

Les femmes immigrantes chefs d'entreprise sont confrontées à une multitude d'obstacles pour réussir. Par exemple, il a été constaté que les restrictions culturelles et/ou les obligations familiales désavantagent les femmes immigrantes entrepreneures (Wayland, 2011). Une étude menée par Premji et Shakya (2017) a montré que les (micro) obstacles individuels à la réussite comprennent la discrimination raciale et les rôles liés au sexe dans le ménage, notamment la garde des enfants et l'absence ou le faible montant de la pension alimentaire. D'autres ont constaté que des facteurs limitants tels que les barrières culturelles et le manque d'accès au financement ou à d'autres ressources désavantageaient également les femmes immigrantes pour conserver un emploi traditionnel et persistaient aux niveaux micro, méso et macro (Balachandra et al., 2013; Clark, 2008; Huang et al., 2013). En outre, l'accès inégal aux services et l'absence de réseaux sociaux et de mentorat sur le marché canadien peuvent constituer des obstacles supplémentaires à la réussite des nouveaux entrepreneurs (Entrepreneur, 2018; Ozkazanc & Clark Muntean, 2018).

En outre, les femmes immigrantes sont désavantagées lorsqu'il s'agit de « vendre » leurs idées d'entreprise (Balachandra et al., 2013; Clark, 2008; Huang et al., 2013 tel que cité dans DI, 2017) afin d'accéder au financement. Le processus de « promotion » présente ses propres défis, notamment la barrière de la langue, les considérations culturelles et l'accès à des services globaux afin de pouvoir participer à des formations ou des ateliers pour les guider. Bien qu'il soit important de noter que le processus de promotion ne détermine pas nécessairement le succès d'une entreprise (Diversity Institute, 2017).

Les femmes immigrantes sont également plus défavorisées que leurs homologues nées au Canada lorsqu'il s'agit d'accéder à une formation à l'entrepreneuriat. La littérature fait état de lacunes importantes en matière d'accès aux services de soutien (Maharaj & Wang, 2015; Milaney et al., 2020), en particulier en ce qui concerne l'accès aux services de garde d'enfants et de transport (Ville de Toronto, 2013). L'accès aux services de garde d'enfants est un facteur clé qui contribue à l'augmentation du taux de participation des femmes à la formation à l'entrepreneuriat (Milaney et al., 2020). Des obstacles supplémentaires liés aux disparités linguistiques et culturelles désavantagent également les femmes immigrantes, notamment au niveau de la présentation des projets, qui est souvent nécessaire pour obtenir un financement pour les entreprises.

Les services aux immigrants offrent rarement un soutien aux nouveaux arrivants qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat (Lee, 2017). Il existe également de nombreuses

restrictions à l'éligibilité aux services pour certains groupes (par exemple, les visas d'étudiant limitent l'accès aux services pour la création d'entreprises dans les universités). Afin de créer un véritable changement dans l'écosystème de l'entrepreneuriat qui permettra de lutter contre les obstacles systémiques, il faut élaborer des stratégies fondées sur des données probantes pour favoriser le changement. À cet effet, le Diversity Institute de l'université Ryerson opère au carrefour de la recherche et de l'innovation dans les domaines de la diversité et de l'inclusion et a été reconnu mondialement pour son travail et ses partenariats avec l'industrie. Il utilise la recherche pour stimuler le changement. La recherche sur les systèmes d'innovation et les meilleures pratiques a contribué à façonner les politiques et les pratiques, et l'accent mis sur les résultats a permis de consolider nos efforts. Le Diversity Institute continue de multiplier ses efforts pour faire progresser les femmes et les groupes sous-représentés dans les domaines de la technologie, de l'innovation et de l'entrepreneuriat. Un exemple est le Women's Entrepreneurship Hub (WE-Hub), un programme de formation basé sur les compétences et conçu pour aider à réduire les obstacles à l'entrepreneuriat pour les femmes à faible revenu. Ce programme a réussi à offrir aux participantes les outils et les ressources nécessaires pour qu'elles puissent créer leur propre entreprise. Un autre exemple est le Newcomer Entrepreneurship Hub (NEH), qui a soutenu les entrepreneurs immigrants, y compris les femmes immigrantes. Dans la prochaine section, nous discuterons plus en détail du NEH afin de souligner comment celui-ci pourrait supprimer les obstacles à la croissance de l'entrepreneuriat des immigrants et contribuer à l'écosystème de l'innovation.

« Afin de créer un véritable changement dans l'écosystème de l'entrepreneuriat qui permettra de lutter contre les obstacles systémiques (auxquels font face les femmes immigrantes entrepreneures), il faut élaborer des stratégies fondées sur des données probantes pour favoriser le changement. »

## ÉTUDE DE CAS

Ce document présente une étude de cas visant à examiner le rôle d'un programme de soutien à l'entrepreneuriat des immigrants, le Newcomer Entrepreneurship Hub (NEH), afin d'étudier le rôle d'un tel programme dans l'écosystème de l'innovation, en particulier la manière dont il aide les femmes immigrantes entrepreneurs à surmonter les obstacles pour réussir.

Lancé en 2018, le NEH est un programme de formation basé sur les compétences, conçu pour aider à réduire les obstacles à l'entrepreneuriat auxquels sont confrontés les

nouveaux immigrants au Canada. Le Hub offre aux participants les outils et les ressources dont ils ont besoin pour créer leur propre entreprise grâce à des partenariats clés. Plus précisément, le NEH offre aux participants plus de 40 heures de formation à l'entrepreneuriat animées par des professionnels de l'industrie et la faculté de la Ted Rogers School of Management de l'Université Ryerson. Les participants au programme sont également jumelés avec des mentors d'entreprise et bénéficient de possibilités de tests de marché à faible risque. En outre, des aides globales sont fournies pour faciliter l'accès aux programmes. Le programme crée une solution intersectorielle et multidimensionnelle à un défi social et économique auquel l'Ontario est actuellement confronté en intégrant plusieurs composantes dans un modèle homogène.

Dans sa phase initiale, le NEH visait à éliminer les obstacles à l'entrepreneuriat pour plus de 100 nouveaux arrivants afin de les aider à obtenir un emploi, à démarrer une petite entreprise et/ou à acquérir les connaissances, les compétences et les contacts nécessaires pour développer des entreprises. Le NEH poursuit cinq objectifs principaux, à savoir :

1. accroître les compétences entrepreneuriales des nouveaux arrivants;
2. faciliter l'accès aux ressources de financement des entreprises;
3. offrir des possibilités de tests pratiques d'entreprises dans le monde réel;
4. développer le capital social par le biais du mentorat et des possibilités de réseautage; et

5. soutenir les participants dans des domaines qui augmenteront leur capacité à participer à des formations, à lancer des entreprises et à acquérir une indépendance financière.

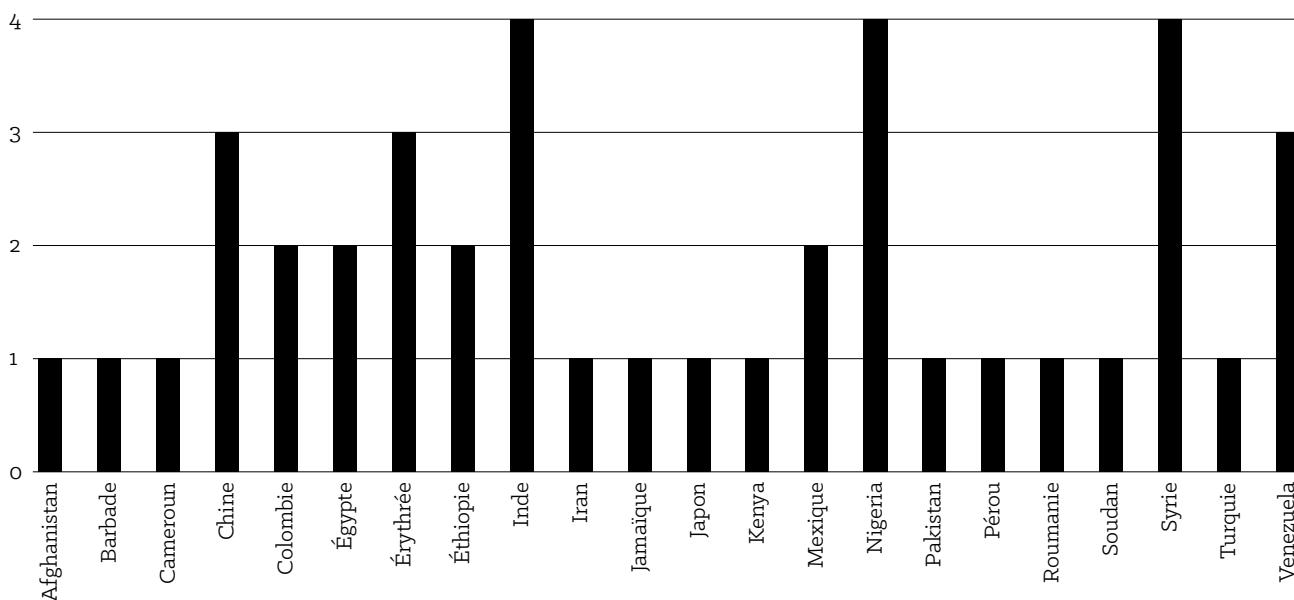
Au cours de la première année de fonctionnement, 104 personnes se sont inscrites et 59 au total ont complété trois cohortes du programme. Cette étude examine l'évaluation de chaque formation par les participants afin d'étudier l'efficacité du programme.

## CONCLUSIONS

Les données démographiques des participants ont été collectées à partir des enquêtes post-formation réparties dans les Cohortes 1 (N=8) et 2 (N=18), et des enquêtes préformation réparties dans la Cohorte 3 (N=25). Parmi les participants, 52,9% ont été identifiés comme étant des femmes et 47,1% comme étant des hommes. En termes de niveau d'études, près de 40% des participants étaient titulaires d'une licence et un peu moins de 40% d'une maîtrise ou d'un doctorat. Environ un cinquième (21,5%) des participants avaient un diplôme d'études secondaires ou universitaires. 54,6% des participants avaient deux ans ou plus d'expérience en entreprise.

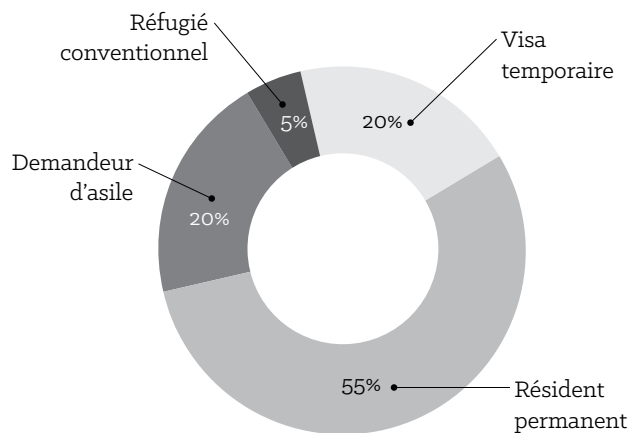
Les participants immigrants étaient originaires de 22 pays (figure 1), la plupart des participants venant d'Inde, du Nigeria et de Syrie, suivis de la Chine, de l'Érythrée et du Venezuela. La majorité des participants étaient des personnes racialisées.

FIGURE 1: PAYS D'ORIGINE



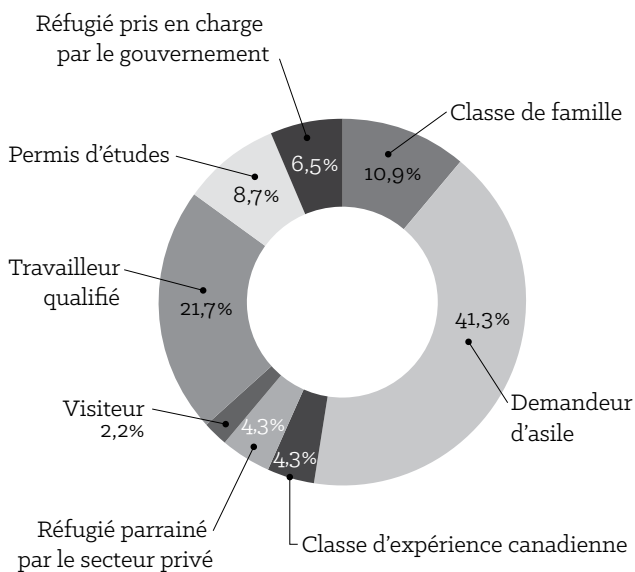
Lorsque nous examinons le statut d'immigration dans la figure 2, il apparaît clairement que la majorité des participants (55 %) étaient des résidents permanents, tandis que 20 % avaient un visa temporaire, 20 % avaient demandé le statut de réfugié et 5 % étaient des réfugiés conventionnels.

FIGURE 2: STATUT D'IMMIGRATION



Comme le montre la figure 3, les participants sont arrivés au Canada par le biais de différentes filières : 41,3 % étaient des demandeurs d'asile, 21,7 % étaient des travailleurs qualifiés, 10,9 % appartenait à la catégorie du regroupement familial, 8,7 % avaient un permis d'études, 6,5 % étaient des réfugiés pris en charge par le gouvernement, ainsi que d'autres filières.

FIGURE 3: FILIÈRE D'IMMIGRATION - ENTRÉE AU CANADA



Au total, environ la moitié (45,8 %) des participants avaient un revenu annuel inférieur à 25 000 \$, et 29,2 % des participants ont déclaré un revenu entre 25 000 \$ et 50 000 \$. Seuls 2,1 % avaient un revenu annuel supérieur à 100 000 \$. Comme le montre la figure 4, lorsque les revenus ont été ventilés par genre, les femmes participantes étaient surreprésentées dans les tranches de revenus inférieures (moins de 50 000 \$).

En ce qui concerne la source de revenus, de nombreux participants ont indiqué des sources multiples (figure 5). Les sources de revenus les plus fréquemment déclarées sont les salaires d'emploi (37,2 %) et l'aide sociale (30,2 %). Un peu moins d'un quart (23,3 %) étaient des travailleurs indépendants.

La figure 6 reflète les secteurs dans lesquels les entreprises des participants se sont retrouvées. Dans l'ensemble, 43,9 % des participants étaient dans le secteur des services, y compris la construction, le conseil, les services éducatifs, le transport et les services d'expédition ; 41,5 % étaient dans le secteur de la vente, y compris la vente de produits alimentaires ou d'épicerie, l'importation/exportation et la vente d'autres articles ; tandis que 14,6 % étaient dans des entreprises multiples. Les sélections multiples indiquent le nombre d'industries représentées, les entreprises multiples pour lesquelles le répondant travaille, ou un manque de vision claire de l'entreprise.

Un aspect singulier du programme de formation du NEH est que chaque thème est animé par un professionnel de l'industrie qui a une expérience réelle dans ses domaines respectifs. La diversité des instructeurs a également permis aux participants de vivre une expérience d'apprentissage unique, car ils ont pu comprendre l'entrepreneuriat sous une multitude de perspectives et ont eu l'occasion d'interagir avec tous les instructeurs. Les sujets abordés comprenaient les modèles d'entreprise (par exemple, Business Canvas), le financement (par exemple, Canadian Financing Landscape), les questions juridiques (par exemple, All Things Legal), l'image de marque (par exemple, Building a Brand), le marketing (par exemple, Marketing), les normes et les droits en matière d'emploi (par exemple, Employment & OHS Standards), le leadership (par exemple, Business Leadership), l'utilisation des technologies (par exemple, Personal Branding et utilisation des médias sociaux), etc.

Dans l'ensemble, les participants ont fait état de taux de satisfaction élevés à l'égard des ateliers de formation, avec 90 % de la cohorte 1, 88 % de la cohorte 2 et 89 % de la cohorte 3.

En outre, les participants ont donné une rétroaction positive sur l'efficacité du programme de formation en ce qui concerne le développement des compétences. Avant de commencer les composantes de la formation et à la fin de celle-ci, les participants ont été invités à évaluer leurs compétences dans un certain nombre de domaines. Les enquêtes menées avant et après la formation auprès de la Cohorte 3 ont montré que les participants ont fait état d'une augmentation de leurs

FIGURE 4: REVENU ANNUEL PAR GENRE

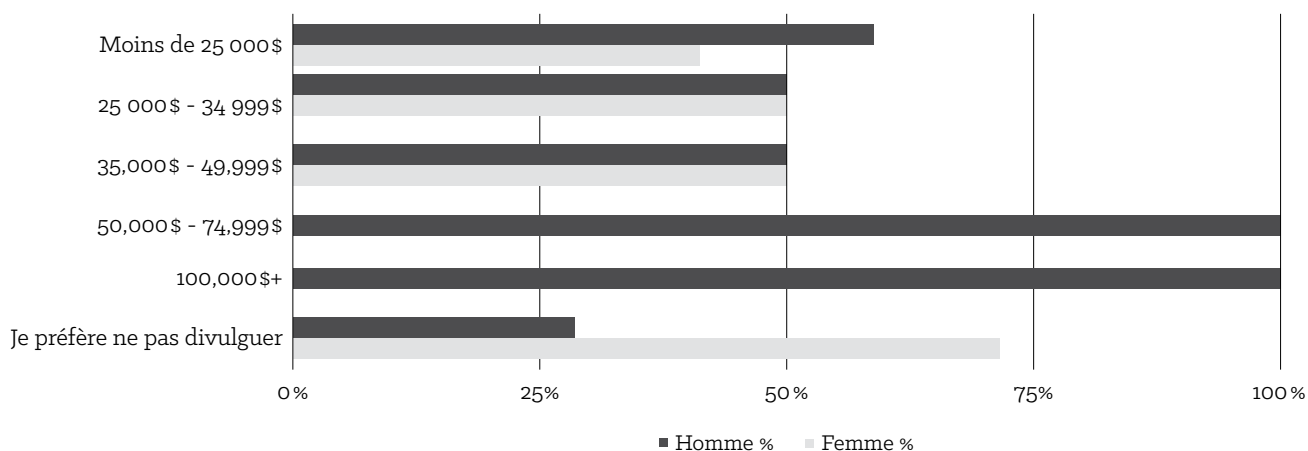


FIGURE 5: SOURCES DE REVENUS

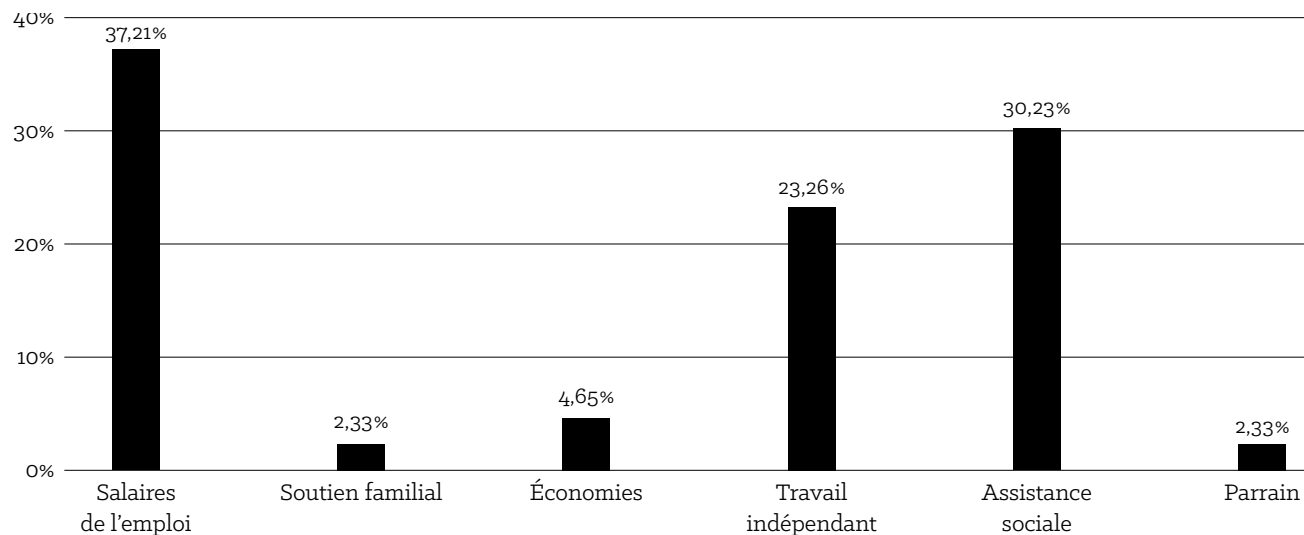


FIGURE 6: SECTEUR D'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES

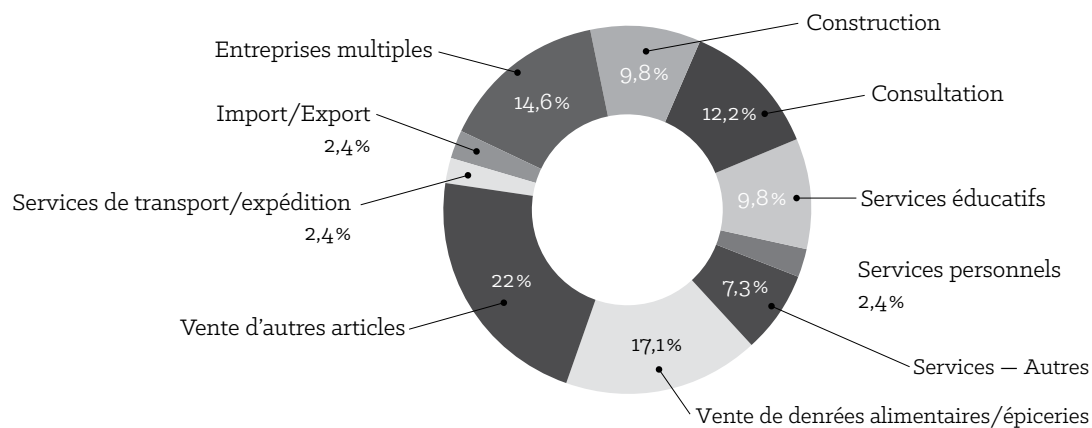
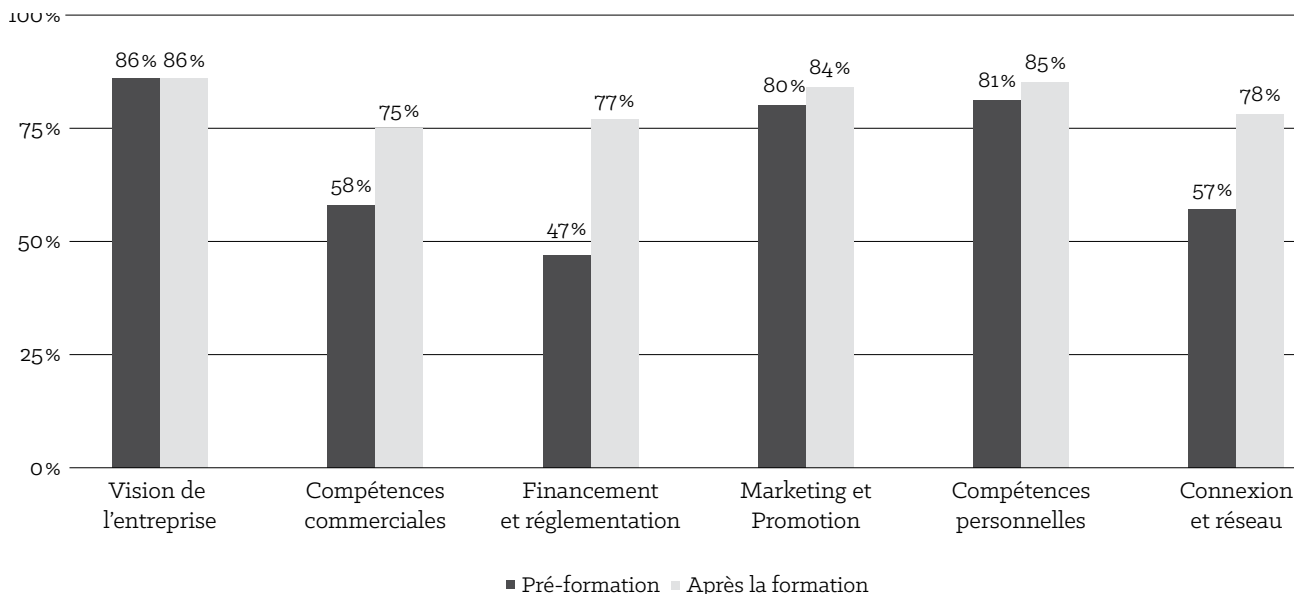




FIGURE 7. SCORES DE COMPÉTENCES AUTODÉCLARÉS AVANT ET APRÈS LA FORMATION



connaissances, en particulier dans les domaines de la finance et de la réglementation (de 47 % à 77 %), des compétences commerciales (de 58 % à 75 %) et des connexions et réseaux (de 57 % à 78 %) (Figure 7).

La formation a donné lieu à de multiples témoignages de réussite commerciale. La première année, le programme a permis d'établir 32 jumelages de mentorat, 53 essais de marché et la création de 32 entreprises.

## DISCUSSION

Sur trois cohortes, 59 participants ont suivi le programme de formation du Newcomer Entrepreneurship Hub. L'enquête auprès des participants montre un taux de satisfaction moyen d'environ 89 % sur l'ensemble des cohortes. Les enquêtes menées auprès des participants avant et après la formation ont révélé une amélioration générale dans un certain nombre de domaines de compétences, notamment les compétences en matière de réseautage, les compétences en marketing et la connaissance des finances et de la réglementation au Canada.

Les exigences financières et éducatives élevées pour l'admission dans le système d'immigration canadien créent une réserve de talents pour l'entrepreneuriat (Langford, Josty & Holbrook, 2013). Cette tendance se reflète dans le cas du NEH – la plupart des participants ont un diplôme d'études post-secondaires et beaucoup d'entre eux ont eu une expérience entrepreneuriale avant leur participation au programme. Les données du recensement de 2016 montrent qu'en Ontario, les trois plus grands groupes de minorités visibles étaient les

Sud-Asiatiques, les Chinois et les Noirs (Statistique Canada, 2019). Bien que cette étude de cas utilise un petit échantillon, il est à noter que la majorité des participants étaient originaires d'Asie du Sud, de Chine et de pays dont la population est majoritairement noire.

L'obtention d'un financement a été un défi majeur pour les entrepreneurs immigrants (Diversity Institute, 2017). Les résultats de l'évaluation de l'étude de cas offrent des preuves supplémentaires montrant que les nouveaux arrivants dans le NEH ont été confrontés à des difficultés de financement pour démarrer leur propre entreprise, avec près de la moitié des participants déclarant un revenu annuel inférieur à 25 000 \$, et les femmes particulièrement concentrées dans les tranches de revenus faibles. Ce résultat est conforme à la recherche du programme WE-Hub, où toutes les participantes étaient des femmes et où la grande majorité d'entre elles recevaient une aide sociale ou subvenaient à leurs besoins grâce à un emploi à temps partiel et/ou à leurs économies (Scadding Court Community Centre, s.d.).

Parallèlement, le programme NEH a fourni aux participantes une formation pour les aider à surmonter d'autres obstacles à la réussite. Un obstacle important pour les entrepreneurs immigrants identifié par les recherches existantes est la connaissance limitée de l'environnement juridique canadien et le manque d'accès à l'information sur les conditions de prêt des institutions financières (Atallah & Rebelo, 2006; Bates, et al., 2016; Brenner et al., 2010; City of London, 2015). La formation sur les finances et la réglementation a été particulièrement bien accueillie par les nouveaux arrivants, comme en témoignent les scores de satisfaction élevés, car ce contenu répondait aux besoins des nouveaux arrivants. Ces besoins

font écho à ceux des femmes entrepreneurs participant à la formation du WE-Hub (Scadding Community Centre, s.d.). Les finances et les réglementations étant des facteurs cruciaux dans l'écosystème de l'innovation, aider les femmes immigrantes chefs d'entreprise à acquérir les connaissances nécessaires est l'une des mesures permettant de faire le lien entre la pratique des entrepreneurs individuels et l'environnement juridique au niveau macro.

Le programme NEH a également facilité les possibilités de réseautage – les participants ont naturellement été mis en contact par le biais des ateliers avec des entrepreneurs et des professionnels de l'industrie comparables. En conséquence, les participants ont fait état d'une augmentation substantielle de leurs réseaux d'affaires, ce qui peut être considéré comme un facteur contribuant au score de satisfaction élevé. Les femmes immigrantes entrepreneures ont souvent un plus grand besoin d'opportunités de réseautage – ce qui est également clairement indiqué parmi les femmes entrepreneures dans la formation du WE-Hub – parce que les femmes entrepreneures sont confrontées à des connexions sociales limitées (Ozkazanc & Clark Muntean, 2018). Par conséquent, ce programme a permis aux participantes de développer leurs réseaux ou de se connecter à des réseaux d'entreprises existants, ce qui est un élément clé au niveau méso de l'écosystème de l'innovation.

Le NEH s'appuie sur les compétences et l'expérience que les nouveaux arrivants apportent en leur fournissant les outils et le soutien nécessaires pour démarrer une entreprise au Canada. Alors que d'autres programmes de développement des entreprises offrent un encadrement et une aide à la vente, le NEH ajoute de la valeur en reconnaissant les défis supplémentaires que doivent relever les nouveaux arrivants vulnérables, notamment la méconnaissance des normes et règlements canadiens, les barrières linguistiques, les limites financières (p. ex., vérification de la solvabilité) et l'exclusion des programmes traditionnels en raison du statut de réfugié ou de demandeur d'asile. La diversité des cohortes du NEH (beaucoup de réfugiés, de femmes et de participants à faible revenu) montre l'efficacité des mesures d'accessibilité comme les soutiens globaux, ainsi qu'une solide stratégie de sensibilisation par l'intermédiaire des partenaires communautaires.

## CONCLUSION

La formation NEH aborde les facteurs à multiples niveaux de l'écosystème de l'innovation qui contribuent à l'entrepreneuriat, des compétences aux possibilités de réseautage, de la politique (réglementation) à la culture (normes canadiennes), et de la langue à la technologie. De plus, il est clair que la formation a offert des services qui ont répondu aux besoins des entrepreneurs immigrants, en particulier des femmes immigrantes.

L'étude de cas confirme également que le NEH offre un modèle efficace pour soutenir les entrepreneurs immigrants, qui sont souvent des femmes et des personnes racialisées, afin de surmonter les obstacles structurels à l'entrepreneuriat et d'aider à accélérer la croissance des entreprises immigrantes dans l'écosystème canadien de l'innovation. Sur la base des résultats, nous formulons les recommandations suivantes :

- L'entrepreneuriat devrait être considéré comme une voie légitime et importante vers la réussite pour les nouveaux arrivants. Bien que l'entrepreneuriat présente des risques, les nouveaux arrivants devraient avoir la possibilité de l'explorer comme une voie vers le succès. Les organismes d'établissement et de services devraient être en mesure d'orienter les nouveaux arrivants vers les ressources appropriées.
- La politique d'immigration devrait reconnaître que de nombreux nouveaux arrivants dans la catégorie de la famille deviennent des entrepreneurs et offrir des possibilités de transition entre le visa d'étudiant et le visa de démarrage afin de permettre aux étudiants internationaux hautement qualifiés de faire la transition vers des possibilités d'entrepreneuriat.
- Les entrepreneurs immigrants peuvent bénéficier de programmes de formation et d'informations pour le démarrage ou la croissance d'une entreprise au Canada, y compris des soutiens propres à chaque région. Les prestataires de services, les chambres de commerce et les organismes gouvernementaux peuvent également s'efforcer de faire connaître les programmes de financement et d'accès au financement, ainsi que l'environnement juridique et la réglementation au Canada.

Il est à noter que les nouveaux arrivants sont un groupe diversifié de personnes venant de différents pays, suivant différentes filières et faisant face à différents obstacles. Bien qu'il existe des services sociaux destinés aux résidents permanents qui sont des immigrants reçus, les réfugiés et les personnes qui sont titulaires d'un visa temporaire peuvent ne pas être admissibles à ces services. En outre, les femmes entrepreneures de cette catégorie de nouveaux arrivants sont confrontées à des défis uniques. Nous soutenons que le développement futur des programmes et des services devrait intégrer des politiques visant à répondre aux besoins spécifiques de ces populations afin de soutenir leurs efforts entrepreneuriaux liés à des facteurs à différents niveaux de l'écosystème de l'innovation.

## REFERENCES

- Atallah, N. & Rebelo, S. (2006). *Recognition of credit history for new immigrants*. Extrait de <http://community.smu.ca/atlantic/documents/RecognitionofCreditHistoryforNewImmigrants.pdf>.
- Bates, J., Bukhari, A., Doyle, S., Pastine, G., Skappak, C. & Wolfe-Roberge, P. (2016). «Barriers to belonging: Paving a smoother path to immigrant inclusion». Extrait de [www.actioncanada.ca/wp-content/uploads/2016/02/Task-Force-1Barriers-to-Belonging-EN.pdf](http://www.actioncanada.ca/wp-content/uploads/2016/02/Task-Force-1Barriers-to-Belonging-EN.pdf).
- Balachandra, L., Briggs, A. R., Eddleston, K. & Brush, C. (2013). «Pitch Like a Man: Gender Stereotypes and Entrepreneur Pitch Success». *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 33(8).
- Bauder, H. (2003). «Brain abuse or the devaluation of immigrant labour in Canada». *Antipode*, 35(4), 699 – 717
- Bauder, H. (2008). «Explaining attitudes towards Self-employment among immigrants: A Canadian case study». *International Migration*, 46(2), 109 – 133
- Braidford, P., Stone, I. & Tesfaye, B. (2013). «Gender, disadvantage and enterprise support – lessons from women’s business centres in North America and Europe». *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 143 – 164.
- Branker, R. (2017). «Labour market discrimination: The lived experiences of English-speaking Caribbean immigrants in Toronto». *Journal of International Migration and Integration*, 18(1), 203 – 222. doi:10.1007/s12134-016-0469-x
- Brenner, G. A., Menzies, T. V., Dionne, L. & Filion, L. J. (2010). «How location and ethnicity affect ethnic entrepreneurs in three Canadian cities». *Thunderbird International Business Review*, 52(2), 153 – 171.
- Byrne, J., Fattoum, S. & Diaz Garcia, M. C. (2019). «Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154 – 184.
- Chrysostome, E., & Arcand, S. (2009). «Survival of necessity immigrant entrepreneurs: an exploratory study». *Journal of Comparative International Management*, 12(2), 3 – 29.
- City of London. (2015, May). *Immigrants and labour market: A London perspective*. Extrait de: <http://worktrends.ca/sites/default/files/documents/Immigrant%20Employment%20Final.pdf>.
- City of Toronto. (2013). *Toronto newcomer strategy: Helping newcomers thrive and prosper*. Extrait de [www.toronto.ca/legdocs/mmis/2013/cd/bgrd/backgroundfile-55333.pdf](http://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2013/cd/bgrd/backgroundfile-55333.pdf).
- Clydesdale, G. (2008). «Business immigrants and the entrepreneurial nexus». *Journal of International Entrepreneurship*, 6(3), 123 – 142. doi:10.1007/s10843-008-0024-8.
- Clark, C. (2008). «The impact of entrepreneurs’ oral “pitch” presentation skills on business angels’ initial screening investment decisions». *Venture Capital*, 10(3), 257 – 279.
- Cukier, W., Gagnon, S., Mae Lindo, L., Hannan, C. & Amato, S. (2014). «A [critical] ecological model to enabling change: Promoting diversity and inclusion». Dans V. Malin, J. Murphy & M. Siltaoja (Eds.), *Getting things done: Dialogues in critical Management Studies* (pp. 245 – 275). Bingley: Emerald.
- Dimitratos, P., Buck, T., Fletcher, M. & Li, N. (2016). «The motivation of international entrepreneurship: The case of Chinese transnational entrepreneurs». *International Business Review*, 25(5), 1103 – 1113.
- Diversity Institute. (2017). *Immigrant entrepreneurship: Barriers and facilitators to growth*. Extrait de [www.ryerson.ca/diversity/reports/immigrant\\_entrepreneurship/](http://www.ryerson.ca/diversity/reports/immigrant_entrepreneurship/)
- Ensign, P. C. & Robinson, N. P. (2011). «Entrepreneurs because they are immigrants or immigrants because they are entrepreneurs? A critical examination of the relationship between the newcomers and the establishment». *The Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 33 – 53.
- Entrepreneur. (2018). «How networking can increase your business’ net worth». [www.entrepreneur.com/article/314496](http://www.entrepreneur.com/article/314496)
- Eraydin, A., Tasan-Kok, T. & Vranken, J. (2010). «Diversity Matters: Immigrant Entrepreneurship and Contribution of Different Forms of Social Integration in Economic Performance of Cities». *European Planning Studies*, 18(4), 521 – 543. <https://doi-org.ezproxy.library.yorku.ca/10.1080/09654311003593556>
- Hou, F. & Wang, S. (2011). «Immigrants in self-employment». *Perspectives on Labour and Income*, 23(3), 3.
- Hiebert, D. (2003). «Canada: a false consensus?» Dans R. Kloosterman & J. Rath (Eds.), *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization* (pp.39-60). Berg.
- Huang, L., Frideger, M. & Pearce, J. L. (2013). «Political skill: Explaining the effects of nonnative accent on managerial hiring and entrepreneurial investment decisions». *Journal of Applied Psychology*, 98(6), 1005 – 1017.
- Langford, C. H., Josty, P. & Holbrook, J. A. (2013). «Global Entrepreneurship Monitor». Canada: Lee, W. & Black, S. L. (2017).
- «Small business development: Immigrants’ access to loan capital». *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 29(3), 193 – 209
- Ley, D. (2006). «Explaining variations in business performance among immigrant entrepreneurs in Canada». *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(5), 743 – 764.

- Maharaj, S. & Wang, S. (2015). *Community support for newcomer families: A literature review*. Ryerson Centre for Immigration and Settlement. Extrait de [www.ryerson.ca/content/dam/rcis/documents/RCIS\\_WP\\_Maharaj%20Wang\\_No2015\\_1.pdf](http://www.ryerson.ca/content/dam/rcis/documents/RCIS_WP_Maharaj%20Wang_No2015_1.pdf).
- Marger, M. N. (2006). «Transnationalism or assimilation? Patterns of sociopolitical adaptation among Canadian business immigrants». *Ethnic and Racial Studies*, 29(5), 882 – 900
- Milaney, K., Tremblay, R., Bristowe, S. & Ramage, K. (2020). «Welcome to Canada: Why are family emergency shelters “home” for recent newcomers?» *Societies*, 10(2), 37
- Momani, B. (2016). *New Canadian entrepreneurs: An underappreciated contribution to Canadian prosperity?* Extrait de [www.inclusion.ca/site/uploads/2018/11/6Degrees\\_CIGI\\_New\\_Canadian\\_Entrepreneurs\\_report.pdf](http://www.inclusion.ca/site/uploads/2018/11/6Degrees_CIGI_New_Canadian_Entrepreneurs_report.pdf).
- Orser, B., Elliott, C. & Cukier, W. (2019). *Strengthening ecosystem supports for women entrepreneurs*. Telfer School of Management, University of Ottawa. Extrait de [www.ryerson.ca/content/dam/diversity/reports/5515\\_TELFER-Orser-Inclusive-Innovation-report\\_0419\\_final-aoda.pdf](http://www.ryerson.ca/content/dam/diversity/reports/5515_TELFER-Orser-Inclusive-Innovation-report_0419_final-aoda.pdf)
- Ostrovsky, Y., Picot, G. & Leung, D. (2019). «The financing of immigrant-owned firms in Canada». *Small Business Economics*, 52(1), 303 – 317.
- Ozkazanc, Pan, B. & Clark Muntean, S. (2018). «Networking towards (in) equality: Women entrepreneurs in technology». *Gender, Work & Organization*, 25(4), 379 – 400.
- Premji, S. & Shakya, Y. (2017). «Pathways between under/unemployment and health among racialized immigrant women in Toronto». *Ethnicity & Health*, 22(1), 17 – 35. doi:10.1080/13557858.2016.1180347
- Robertson, D. W. & Grant, P. R. (2016). «Immigrant entrepreneurship from a social psychological perspective». *Journal of Applied Social Psychology*, 46(7), 394 – 409.
- Scadding Court Community Centre. (n.d.). *Women's Entrepreneurship Hub*. <https://scaddingcourt.org/special-projects/womens-entrepreneurship-hub/>
- Sim, D. (2015). *Immigrant entrepreneurship in Canada: A scan of the experience of Canadian immigrant entrepreneurs, and policy and programs for encouraging immigrant business*. Extrait de [www.hireimmigrants.ca/wp-content/uploads/Immigrant\\_Entrepreneurship\\_Canada.pdf](http://www.hireimmigrants.ca/wp-content/uploads/Immigrant_Entrepreneurship_Canada.pdf).
- Statistics Canada (2015). *Study: Women in Canada: Immigrant women*. Extrait de [www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/151021/dq151021a-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/151021/dq151021a-eng.htm)
- Statistics Canada (2019). *Toronto – A data story on ethnocultural diversity and inclusion in Canada*. Extrait de [www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-631-x/11-631-x2019002-eng.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-631-x/11-631-x2019002-eng.htm)
- Teixeira, C. & Lo, L. (2012). *Immigrant entrepreneurship in Kelowna, BC*. (Working Paper No. 12-11).
- Terjesen, S. & Elam, A. (2009). «Transnational entrepreneurs' venture internationalization strategies: A practice theory approach». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1093 – 1120.
- Wayland, S.V. (2011). *Immigrant self-employment and entrepreneurship in the GTA: Literature, data, and program review*. Extrait de <https://metcalfoundation.com/publication/immigrant-self-employment-and-entrepreneurship-in-the-gta/>