

Black Business and Professional Association
Entreprise noire et Association Professionnelle

Élévation

Une étude portant
sur 700 femmes
entrepreneures noires

RISE UP
PITCH COMPETITION

CASA
FOUNDATION



Portail de
connaissances
pour les femmes
en entrepreneuriat

Finance par le
gouvernement
du Canada

Canada



Partenaires organisateurs



Black Business and Professional Association
Entreprise noire et Association Professionnelle

BBPA.ORG

[@THEBBPA](https://www.instagram.com/thebbpa)

INFO@BBPA.ORG

Fondée en 1983, la Black Business and Professional Association (BBPA) est un organisme de bienfaisance sans but lucratif qui traite de l'équité et des possibilités pour la communauté noire dans les affaires, l'emploi, l'éducation et le développement économique. La BBPA représente les entrepreneur.e.s noir.e.s dans un large éventail de domaines. Elle a conçu des programmes de soutien spécialisés et culturellement adaptés pour répondre aux besoins de ses membres. Les prix Harry Jerome de la BBPA constituent la plus prestigieuse initiative de collecte de fonds et de bourses d'études de la communauté noire canadienne. Ils reconnaissent et honorent les réalisations de la communauté noire canadienne à l'échelle nationale. La BBPA offre des bourses d'études aux jeunes noir.e.s pour faciliter l'accès à l'enseignement supérieur et favoriser la réussite globale de l'ensemble de la communauté des affaires. L'éducation financière est une partie particulièrement importante de cet effort et c'est la raison pour laquelle la BBPA investit beaucoup dans ce secteur de la programmation. Le programme BAIDS (Business Advisory, Implementation, and Development Series) est un nouveau programme personnalisé destiné à former des entrepreneur.e.s noir.e.s et à développer leurs capacités. L'objectif ultime du programme BAIDS est de préparer les entreprises noires à connaître un succès continu pendant et après le programme. C'est la BBPA qui a pris l'initiative de créer et de présenter le programme.



CASAFFOUNDATION.CA

[@CASAFFOUNDATION](https://www.instagram.com/casafoundation)

INFO@CASAFFOUNDATION.CA

Casa Foundation for International Development (Fondation Casa pour le développement international) est un organisme canadien sans but lucratif fondé en 2011 pour soutenir les femmes, les jeunes et les futurs leaders par le biais d'initiatives axées sur l'économie, l'entrepreneuriat et le développement d'entreprises. Casa Foundation appuie des filières tout entières dans le domaine de la santé, de l'infrastructure et de l'éducation. Les programmes et initiatives à vocation sociale de Casa Foundation sont mis en œuvre par une triple approche soit, par le partenariat, le parrainage et le mentorat.



SEDULOUSWOMENLEADERS.NET

Fondé en 2018, de Sedulous Women Leaders (dSWL) est un réseau national de femmes leaders (entreprise sociale à but lucratif) ayant pour mission d'aider autant d'immigrantes noires que possible à faire décoller leur carrière professionnelle et à réussir leurs démarches entrepreneuriales et politiques, en proposant des cours de maîtrise entrepreneuriale, des séances d'accompagnement professionnel privé, des mentorats, des événements trimestriels gratuits et une conférence annuelle. Fort de six sections locales (Grande Prairie, Calgary, Edmonton, Toronto, Ottawa et Surrey au Royaume-Uni) et d'un réseau de plus de 500 femmes membres, de Sedulous Women Leaders vise à élever la prochaine génération de dirigeantes et à soutenir la future vague d'innovatrices, de créatrices, d'agentes du changement et de perturbatrices. Les événements gratuits organisés tous les trimestres mettent ces femmes en relation afin de stimuler le réseautage, la collaboration et les partenariats.

Partenaire de soutien



Portail de
connaissances
pour les femmes
en entrepreneuriat

WEKH.CA

[@WEKH_PCFE](https://www.instagram.com/wekh_pcfef)

DI.WEKH@RYERSON.CA

Le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE) regroupe un réseau national et une plateforme numérique ouverte qui ont but de mettre en commun des recherches, des ressources, ainsi que des stratégies novatrices. Fort de ses dix centres régionaux et d'un réseau de plus de 200 partenaires, le PCFE a été créé pour répondre aux besoins des femmes entrepreneures issues de la diversité, de toutes régions et de tous secteurs. En réponse à la crise relative à la COVID-19, le PCFE a donné l'impulsion, par le rapprochement de femmes entrepreneures et d'organismes de soutien à travers le pays, et par l'organisation de formations et d'événements de réseautage. En relayant les ressources et les meilleures pratiques en usage à travers le pays, la plateforme technologique de pointe du PCFE, qui s'appuie sur Magnet, renforcera les moyens à disposition des femmes entrepreneures et des organismes qui les accompagnent.

Avec le soutien du gouvernement du Canada, le PCFE diffusera son expertise d'un bout à l'autre du pays afin de permettre aux fournisseurs de services, à la communauté universitaire, aux pouvoirs publics, et à la filière économique d'apporter un soutien accru aux femmes entrepreneures. Le Diversity Institute de l'Université Ryerson, avec le concours du Ryerson's Brookfield Institute for Innovation + Entrepreneurship et de la Ted Rogers School of Management, dirige un réseau de chercheurs, d'organismes de soutien aux entreprises, et de parties prenantes majeures dans l'optique de créer un environnement plus inclusif et propice au développement de l'entrepreneuriat féminin au Canada.

Supporteurs et commanditaires



Commanditaires

Les commanditaires de ce projet sont : le Gouvernement du Canada et le Conseil de recherches en sciences humaines



Social Sciences and
Humanities Research
Council of Canada

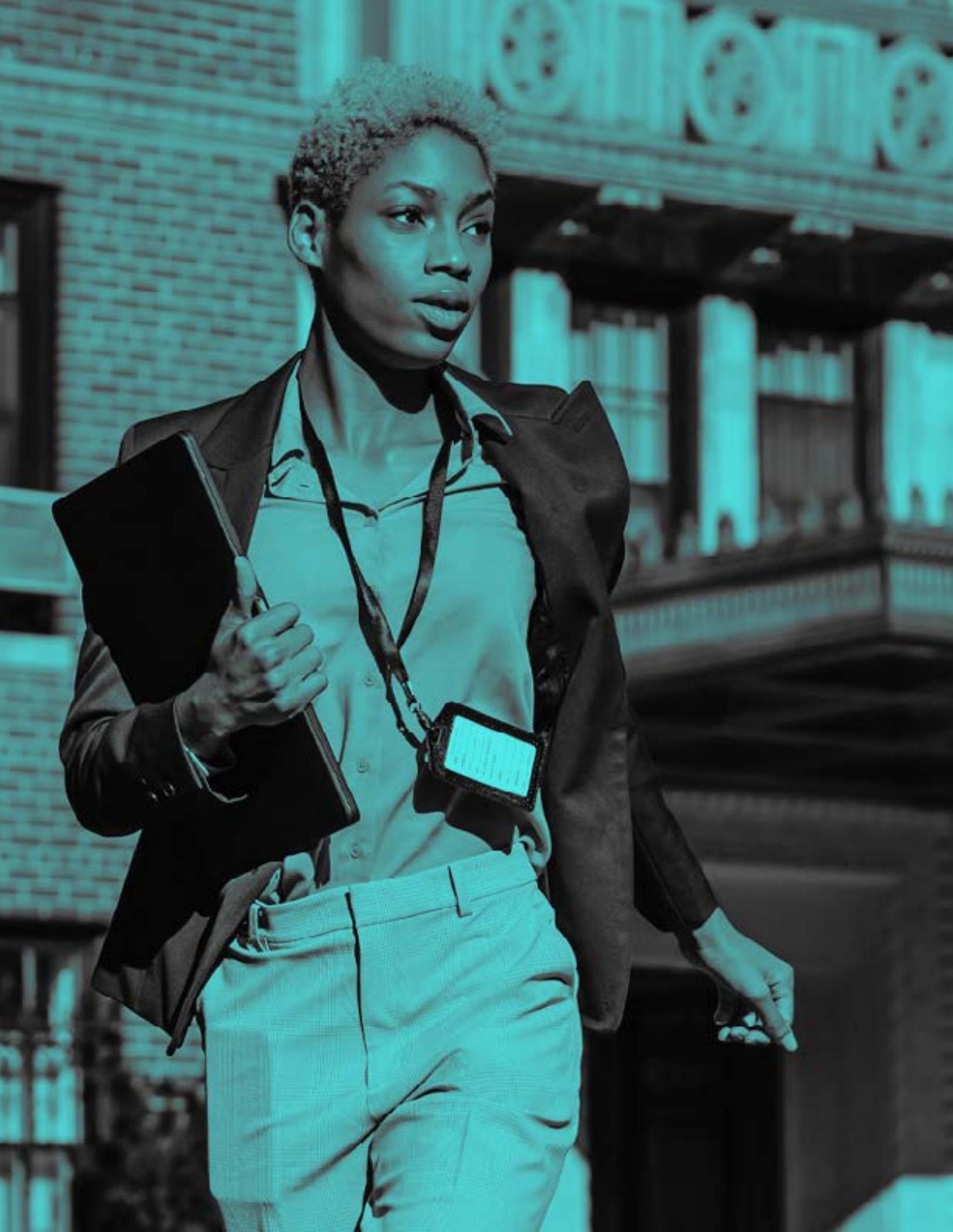
Conseil de recherches
en sciences humaines
du Canada

Canada

Date de publication :
Avril 2021

Table des matières

Résumé	i
Introduction	1
Méthodes	7
Résultats de l'analyse quantitative	9
Résultats de l'analyse qualitative	22
Pistes d'action	31
Conclusion	34
Références	35



Résumé

Peu de recherches portent sur les entrepreneures noires au Canada. Les travaux les concernant étudient souvent de petits échantillons, ciblent les immigrantes ou sont purement qualitatifs. Le présent rapport complète la littérature en mettant en lumière l'expérience singulière des entrepreneures noires au Canada. Fondé sur le plus vaste échantillon raisonné d'entrepreneures noires au Canada, il analyse les données recueillies auprès de 700 candidates au Concours de pitch du programme Élévation 2020-2021. Il dresse également le profil démographique des entrepreneures noires au Canada, étudie leurs entreprises, leurs inspirations et les raisons les incitant à se lancer dans l'entrepreneuriat, souligne les obstacles qu'elles rencontrent pour créer ou développer leur entreprise, et met en avant leurs accomplissements en tant que propriétaires d'entreprises. Le présent rapport se penche également sur les répercussions de la pandémie de COVID-19 sur les entrepreneures noires et leurs entreprises. Enfin, il se conclut par une liste de mesures à prendre aux niveaux macro, méso et micro pour accompagner les entrepreneures noires tout au long de leur parcours.

Sur le plan démographique, cette étude a déterminé que 60 p. 100 des entrepreneures noires sont des immigrantes et qu'elles sont majoritairement d'ascendance africaine ou antillaise. Ces entrepreneures sont également plutôt jeunes et ont un niveau d'instruction supérieur à celui de la population générale des femmes noires au Canada. En outre, près de la moitié des candidates ont indiqué ne pas avoir d'enfants à charge.

D'après leur profil d'activité, la plupart des entrepreneures noires se sont lancées récemment dans l'entrepreneuriat. En effet, 50 p. 100 de leurs entreprises ont été créées en 2020 ou 2021. Elles ont tendance à travailler à domicile, et près de 80 p. 100 sont présentes en ligne. Leurs entreprises sont de petite taille : la majorité d'entre elles ne compte aucun employé.

L'analyse des données quantitatives montre que les femmes noires se lancent dans l'entrepreneuriat pour proposer des produits ou des services (87,9 p. 100), pour bénéficier d'une plus grande souplesse dans leur vie professionnelle (73,1 p. 100) ou pour saisir une occasion inattendue (61,3 p. 100). L'analyse des données qualitatives lève le voile sur d'autres facteurs incitatifs : l'influence de la famille et de la communauté, les expériences personnelles, qu'elles soient positives ou négatives, et les passions, ainsi que la souplesse et la liberté.

Les entrepreneures noires ont également fait part de leurs principaux accomplissements en tant que propriétaires d'entreprise. Nombre d'entre elles citent ainsi le succès entrepreneurial (y compris le fait d'avoir eu le courage de se lancer dans l'entrepreneuriat, particulièrement en pleine pandémie, et les commentaires positifs sur les produits ou services qu'elles proposent), leur capacité à innover et à concevoir des produits, et un sentiment d'épanouissement personnel global.

Le présent rapport étudie ensuite les obstacles que doivent franchir les femmes noires du Canada pour assurer le développement et l'expansion de leur entreprise. Les données révèlent que l'accès au financement constitue une entrave majeure au développement de l'activité et à la prise d'expansion des entreprises détenues par des femmes noires. Plus de 80 p. 100 des entrepreneures noires ont utilisé des fonds personnels pour financer leur entreprise.

Parmi les besoins des entrepreneures noires figurent la mise à disposition de services de conseils professionnels et de programmes de mentorat, l'accès au financement, ainsi que le soutien à la gestion du personnel et des collaborateurs.

L'étude s'est également penchée sur les répercussions de la COVID-19 sur les entrepreneures noires et leurs entreprises. L'analyse des données quantitatives dévoile que la pandémie de COVID-19 a, entre autres, poussé les entreprises à accentuer leur présence en ligne (45,3 p. 100), entraîné l'annulation de commandes et d'événements (34 p. 100), généré un climat d'incertitude qui a contraint les entreprises à limiter leurs dépenses (29 p. 100) et provoqué une baisse des ventes (28,9 p. 100). L'analyse des données qualitatives conclut que la pandémie a entraîné un ralentissement et des interruptions de l'activité, ainsi qu'un recul des prestations de services.

Introduction

Les entrepreneures noires du Canada qui souhaitent créer ou développer leur entreprise se retrouvent entravées par les inégalités systémiques et un déséquilibre dans l'accès aux services de soutien¹. Les disparités existantes se sont accentuées pendant la pandémie, et les entrepreneures noires se sont heurtées aux effets conjugués de l'inégalité d'accès aux infrastructures essentielles et de la fermeture des écoles et des services de garde d'enfants, auxquels s'ajoute le fardeau des tâches domestiques, un travail non rémunéré². De surcroît, de nombreuses entreprises détenues et exploitées par des femmes noires relèvent du secteur tertiaire et ont donc été frappées de plein fouet par les fermetures et la discontinuité de leurs activités entraînées par la pandémie³.

Si la pandémie a entravé l'entrepreneuriat et l'expansion des entreprises, les entrepreneures noires n'en ont pas moins continué de créer des entreprises à succès et de se mobiliser pour satisfaire les attentes des consommateurs. Le présent rapport propose un survol de la littérature consacrée au parcours et à la réussite des entrepreneures noires du Canada, ainsi qu'aux difficultés auxquelles elles se heurtent au moment de créer ou de développer leur activité. Il présente également un aperçu du profil démographique des entrepreneures noires et des caractéristiques de leur entreprise, ainsi que de leurs motivations, des freins à leur évolution et de leurs réussites. Enfin, il propose des pistes d'action et formule des recommandations quant aux moyens de soutenir les entrepreneures noires aux niveaux de la société, des organismes et des personnes.

La communauté noire au Canada

La définition de l'identité noire est fluide; elle est « façonnée par de multiples processus de racisation passés et actuels⁴ ». Les personnes noires représentent 3,5 p. 100 de la population canadienne et 15,6 p. 100 de la population racisée du Canada. Leur nombre a doublé en l'espace de 20 ans⁵. Il est important de noter qu'il y a autant de vécus qu'il y a de personnes noires, et que chacune se distingue par son histoire, sa culture, ses croyances, son lieu d'origine, sa langue et sa religion. Selon les données issues du Recensement de 2016, environ 56 p. 100 des personnes noires ne sont pas natives du Canada, et une grande partie de la communauté noire du Canada se déclare le plus souvent originaire d'Afrique ou des Antilles⁶. Alors que chaque personne noire vit des expériences qui lui sont propres, les Noir.e.s sont collectivement « exposé.e.s à des préjudices⁷ » dans la société canadienne, car le racisme à leur égard y est omniprésent.

Le racisme à l'égard des Noir.e.s engendre des conséquences socio-économiques. Au Canada, la population noire fait face à de nombreuses difficultés : taux de pauvreté plus élevé, taux d'emploi plus faible, salaire annuel médian plus bas et niveau de scolarité inférieur à celui de l'ensemble de la population canadienne⁸. En 2017, dans le cadre du Black Experience Project, un tiers des personnes interrogées ont témoigné des difficultés qu'elles rencontrent sur leur lieu de travail, notamment des discriminations et du racisme patents dont elles font l'objet⁹. Par ailleurs, 80 p. 100 des répondants déclarent subir des microagressions dans leurs interactions quotidiennes au travail, sous une ou plusieurs formes¹⁰. Malgré le racisme systémique et individuel auquel la population noire du Canada est exposée, celle-ci fait preuve d'une formidable capacité de résilience¹¹. D'après les observations recueillies, après avoir traversé des difficultés, les personnes noires sont plus souvent en mesure de poursuivre le cours normal de leur vie, de tirer systématiquement

les enseignements de ces expériences négatives, et de rebondir rapidement¹².

Les femmes noires du Canada sont doublement pénalisées, car elles doivent composer avec les difficultés inhérentes à leur statut de personne racisée, mais aussi à celles de leur statut de femme. Les données émanant de Statistique Canada (voir le tableau 1) montrent que, parmi la population féminine du Canada, les Noires sont moins susceptibles de détenir un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat. Les femmes noires en âge de travailler sont également moins susceptibles d'occuper un emploi que les autres femmes, les hommes noirs et les hommes du reste de la population (voir la figure 1). L'analyse comparative du salaire médian annuel dans les grandes villes canadiennes montre que les femmes noires sont moins bien loties que les autres femmes, les hommes noirs et les hommes du reste de la population (voir le tableau 2). Le rapport

DiversityLeads, publié en 2020, a dressé un état des lieux de la diversité au sein des conseils d'administration des entreprises canadiennes. Il a déterminé que les 1 600 conseils d'administration à l'étude comptaient seulement 13 administrateurs noirs, dont deux femmes seulement¹³.

Malgré le racisme systémique et individuel auquel la population noire du Canada est exposée, celle-ci fait preuve d'une formidable capacité de résilience

TABLEAU 1

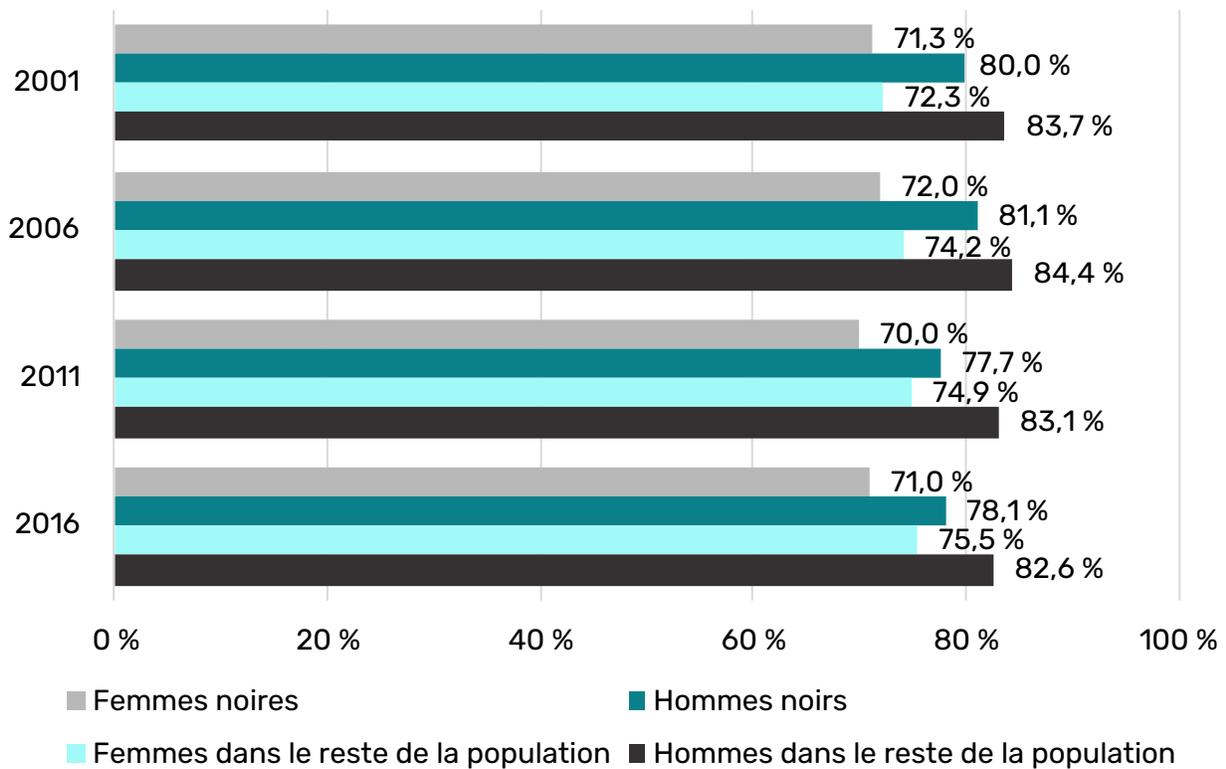
Pourcentage de la population détenant un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat, personnes âgées de 25 à 59 ans, Canada, 2016

Population	Proportion de la population détenant un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat
Femmes noires	27,5 %
Femmes dans le reste de la population	32,7 %
Hommes noirs	27,7 %
Hommes dans le reste de la population	26,7 %

Source : Statistique Canada, 2020¹⁴

FIGURE 1

Taux d'emploi des personnes âgées de 25 à 59 ans, Canada, 2001 à 2016



Source : Statistique Canada, 2020¹⁵

TABLEAU 2

Salaire annuel médian dans les grandes villes canadiennes, personnes âgées de 25 à 59 ans, 2016

Ville	Femmes noires	Femmes dans le reste de la population	Hommes noirs	Hommes dans le reste de la population
Montréal	30 710 \$	39 154 \$	34 243 \$	50 276 \$
Calgary	35 131 \$	48 044 \$	48 553 \$	69 882 \$
Vancouver	38 228 \$	39 466 \$	42 961 \$	55 188 \$
Toronto	39 301 \$	42 734 \$	43 695 \$	56 648 \$

Source : Statistique Canada, 2020¹⁶

Les entrepreneur.e.s noir.e.s

Peu de recherches se sont penchées sur la création et le développement d'entreprises par les Noir.e.s du Canada, et encore moins sur les entrepreneures noires. D'après des données récentes de l'Enquête sur la population active, les Noir.e.s du Canada sont moins susceptibles d'opter pour le travail autonome que les personnes non racisées¹⁷. La faible proportion d'esprit entrepreneurial au sein de la communauté noire tient à trois facteurs : la méconnaissance des sources de financement¹⁸, les difficultés financières¹⁹, et la discrimination²⁰. Une étude portant sur les entreprises détenues par des personnes noires au Canada a établi que les entrepreneur.e.s noir.e.s sont souvent jeunes et que leurs entreprises sont plutôt récentes (75 p. 100 de ces entreprises ont moins de quatre ans) et de petite taille (presque toutes ne comptent qu'un seul employé)²¹. Cette étude fait par ailleurs apparaître que les entrepreneur.e.s noir.e.s n'ont souvent pas connaissance des diverses possibilités de financement. Par exemple, seulement 22 p. 100 des entrepreneur.e.s noir.e.s connaissaient la Banque de développement du Canada ou l'organisme Exportation et développement Canada²², alors que ces deux entités proposent les programmes fédéraux d'aide aux entreprises les plus importants du Canada.

La pandémie de COVID-19 a affecté la population canadienne de manière inégale; le taux de chômage des personnes noires a été très élevé pendant cette période²³. L'Enquête sur la population active révèle qu'au cours de la pandémie, le taux de chômage des Noir.e.s était de 70 p. 100 supérieur à celui des personnes non racisées²⁴. Si l'on se penche sur les répercussions financières de la pandémie sur les familles noires, on observe que les Noirs ont été deux fois plus nombreux que les personnes non racisées à indiquer que leur ménage avait eu des difficultés à assumer les dépenses de base (33,2 p. 100 contre 16,6 p. 100)²⁵. En outre, des données

récentes datant du mois de janvier 2021 révèlent que les femmes noires en âge de travailler ayant un enfant de moins de six ans à charge sont moins présentes sur le marché du travail que leurs homologues non racisées (75,9 p. 100 contre 81,1 p. 100)²⁶.

Le sondage réalisé par la Black Business and Professional Association (BBPA) auprès de 120 membres en Ontario fait apparaître que la pandémie de COVID-19 a eu des répercussions très inquiétantes sur les entreprises détenues par des personnes noires (voir le tableau 3). Les membres de la BBPA sont plus enclins que ceux de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) à estimer qu'ils ne sont pas admissibles au Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes (CUEC), que la Prestation canadienne d'urgence (PCU) sera insuffisante, qu'ils risquent de devoir arrêter définitivement leur activité, et qu'il leur est impossible de s'endetter. Par ailleurs, la pandémie a été plus dommageable aux entrepreneures noires qu'aux autres entrepreneurs, notamment en matière d'accès aux solutions de financement ou aux autres services de soutien²⁷. Si de nombreux chef.fe.s d'entreprise noir.e.s ont éprouvé des difficultés pendant la pandémie, certain.e.s ont su faire preuve de créativité et garder la tête hors de l'eau²⁸. Ces personnes ont par exemple basculé rapidement leur activité vers le numérique, mis en branle de nouveaux projets ou encore profité du contexte pour se consacrer à temps complet à leur activité.

TABLEAU 3

Résultats du sondage réalisé par la Black Business and Professional Association

	Fédération canadienne de l'entreprise indépendante	Black Business and Professional Association
La Subvention salariale d'urgence du Canada ne sera pas suffisante	37 %	80 %
Ne pense pas être admissible au Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes	20 %	80 %
Entreprise complètement ouverte	20 %	10 %
Ne possède pas la capacité d'autofinancement pour payer les factures d'avril	30 %	80 %
Craint une fermeture permanente	39 %	85 %
N'a pas la certitude que son entreprise pourra rouvrir	32 %	60 %
Entreprise qui ne pourra pas survivre plus d'un mois	25 %	85 %
Pense que le gouvernement devrait accorder une aide financière d'urgence aux entreprises	86 %	98 %
Entreprise qui n'a pas la possibilité de s'endetter	56 %	96 %

Source : Black Business and Professional Association, 2020²⁹

Les entrepreneures noires

Il existe très peu de recherches consacrées aux entrepreneures noires du Canada. Les études existantes indiquent qu'au Canada, les hommes noirs sont deux fois plus susceptibles d'opter pour le statut de travailleur autonome que les femmes noires (12 p. 100 contre 6,1 p. 100)³⁰. Les entreprises dirigées par des femmes noires sont souvent plus récentes et plus petites (elles peuvent compter jusqu'à cinq employés) que celles dirigées par des hommes noirs³¹. Les entrepreneures noires sont en outre généralement plus jeunes que leurs homologues masculins³². Près de la moitié des entreprises dirigées par des femmes noires à Toronto relèvent des secteurs des soins de santé et de l'aide sociale, de l'hébergement et de la restauration, de la finance et de l'assurance, des services professionnels ou du commerce de détail³³.

Les entrepreneures noires se heurtent à des difficultés accrues lorsqu'elles se lancent dans l'entrepreneuriat et que l'activité de leur entreprise est florissante. Pour comprendre les obstacles et les circonstances favorables qui jalonnent leur parcours, il est par conséquent primordial d'adopter une approche intersectionnelle³⁴. Une étude portant sur les entrepreneures d'origine ghanéenne immigrées au Canada a ainsi montré que ces dernières se sont lancées dans l'entrepreneuriat pour des raisons d'ordre familial (p. ex. l'occasion de passer plus de temps en famille)³⁵. La famille est souvent au cœur des préoccupations des entrepreneures. L'étude révèle également que les entrepreneures ghanéennes attribuent les difficultés qu'il leur a fallu surmonter à leur genre, à leur couleur de peau et à leur accent. D'autres estiment que la barrière de la langue constitue un facteur majeur de différenciation entre les entrepreneures noires originaires

des Antilles et celles originaires d'Afrique³⁶. La discrimination fondée sur l'accent touche indifféremment les personnes d'ascendance antillaise et africaine, mais la majorité des personnes antillaises indiquent avoir l'anglais pour langue maternelle³⁷. En dépit de ces écueils, les entrepreneures ghanéennes ont fait preuve de résilience et eu recours à des stratégies d'adaptation, dont le réseautage par l'intermédiaire d'associations pour personnes immigrantes ou l'adoption de stratégies commerciales « anonymisées^a » afin de conquérir une nouvelle clientèle et fidéliser celle existante³⁸.

L'analyse des obstacles à l'entrepreneuriat montre que les entrepreneures noires peinent à obtenir un capital de démarrage et recourent souvent à des sources de financement non conventionnelles pour mener à bien leurs projets³⁹. En outre, au contraire des personnes disposant d'un réseau hétérogène, les entrepreneures noires comptent souvent au sein de leurs cercles

^a La stratégie « d'anonymisation » consiste à omettre sciemment de mentionner des caractéristiques permettant d'identifier une personne par peur de subir une discrimination. Ainsi, parmi les entrepreneures ghanéennes immigrées, nombre ont fait appel à une personne blanche pour représenter leur entreprise, préférant travailler en coulisses afin d'éviter toute discrimination, mais aussi acquérir et fidéliser des clients (Nkrumah, 2016, consulter la référence numéro 38).

sociaux des personnes présentant des caractéristiques comparables aux leurs, ce qui restreint leur accès aux renseignements⁴⁰. L'aventure entrepreneuriale recèle heureusement plusieurs aspects positifs pour ces entrepreneures⁴¹. D'après les études s'intéressant aux motivations des entrepreneures noires, l'entrepreneuriat apparaît comme un choix de carrière attrayant et une solution permettant de se soustraire aux entraves socio-économiques qu'elles auraient rencontrées sur le marché du travail⁴². L'entrepreneuriat permet également aux entrepreneures noires de combler les besoins de leur communauté encore non satisfaits, notamment en matière de produits et de prestation de services⁴³. Pour les femmes noires, l'entrepreneuriat constitue un moyen permettant de mieux concilier vie privée et vie professionnelle⁴⁴.

Méthodes

La présente étude a pour objet d'acquies une compréhension plus fine du profil et du parcours des entrepreneures noires au Canada. Elle recense notamment les caractéristiques démographiques des entrepreneures noires au Canada, étudie leurs entreprises, leurs inspirations et les raisons qui les poussent à se lancer dans l'entrepreneuriat. Elle souligne également leurs accomplissements et les obstacles qu'elles rencontrent au cours de la création ou du développement de leurs entreprises. En outre, l'étude passe en revue les contrecoups subis par leur entreprise sous l'effet de la pandémie de COVID-19.

Fondé sur le plus vaste échantillon raisonné d'entrepreneures noires au Canada, le rapport analyse les données recueillies en français et en anglais auprès de 700 candidates au Concours de pitch du programme Élévation. Les résultats de l'analyse des données quantitatives et qualitatives sont présentés dans la partie suivante.

Les données qualitatives de l'échantillon anglophone (n = 568) ont été analysées au moyen du logiciel Leximancer et d'une opération de codage manuel. Leximancer est un logiciel de cartographie conceptuelle qui extrait des concepts à partir des mots les plus récurrents et des grappes de termes cooccurrents, en excluant toutefois les mots grammaticaux tels que « et »⁴⁵. À partir des résultats obtenus, les concepts les plus importants sont regroupés autour de « thèmes »⁴⁶. Certains concepts sont certes associés à plusieurs thèmes, mais il existe une corrélation directe entre le terme sous-jacent à chaque concept et le thème connexe dans lequel ce dernier se trouve⁴⁷.

Pour compléter cette analyse logicielle, les données qualitatives ont fait l'objet d'un codage manuel et une analyse de contenu a été réalisée pour apprécier les nuances distinguant les réponses des candidates. Cette combinaison de méthodes analytiques a permis de mettre en lumière plusieurs thèmes majeurs qui seront abordés en détail dans la partie du rapport consacrée aux données qualitatives.

Statistique Canada ne fournit pas de données comparables sur les entrepreneures noires au Canada et il existe très peu de renseignements sur le profil des entrepreneures noires. C'est pourquoi le tableau 4 présente une comparaison de l'échantillon issu du programme Élévation avec la population noire du Canada et, lorsque les données sont disponibles, avec les femmes noires du Canada. L'échantillon du programme Élévation et la population noire au Canada sont identiques en ce qui concerne l'âge, le nombre d'immigrés et la langue (p. ex. la proportion de personnes francophones). Il ressort de la ventilation régionale des données que les tendances observées dans l'échantillon de l'étude se superposent à celles des tendances régionales de la population noire du Canada. Par exemple, la majorité des entrepreneures noires de l'échantillon, tout comme la population noire du Canada en général, sont principalement établies en Ontario, au Québec et en Alberta (par ordre décroissant). Il convient toutefois de noter que le niveau d'instruction des entrepreneures noires de l'échantillon est relativement élevé; 62,7 p. 100 d'entre elles sont titulaires d'un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat, contre 27,5 p. 100 chez les femmes noires au Canada.

TABLEAU 4

Analyse comparée de la population noire au Canada et de l'échantillon de l'étude

	Population noire au Canada	Échantillon de l'étude
Total	Population noire au Canada ⁴⁸ : 1 198 540 Femmes noires au Canada ⁴⁹ : 618 447 Femmes noires travailleuses autonome ⁵⁰ : 10 148	700
Age	Âge médian : 30 ⁵¹	40 p. 100 des femmes de l'échantillon appartiennent à la tranche des 25-34 ans
Immigrant.e.s	60 % ⁵²	60 %
Francophones	19,6 % ⁵³	18,9 %
Emplacement de l'entreprise ⁵⁴		
Ontario	52,4 %	61,0 %
Québec	26,6 %	16,6 %
Alberta	10,8 %	10,5 %
Colombie-Britannique	3,6 %	5,2 %
Manitoba	2,5 %	1,7 %
Nouvelle-Écosse	1,8 %	3,5 %
Saskatchewan	1,3 %	0,6 %
New Brunswick	0,6 %	0,5 %
Terre-Neuve-et-Labrador	0,2 %	0,0 %
Île-du-Prince-Édouard	0,1 %	0,3 %
Titulaire d'un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat	Femmes noires au Canada : 27,5 % ⁵⁵	62,7 %

Remarque : Sauf mention contraire, les données se rapportent à la population noire totale du Canada. La somme des pourcentages n'est pas égale à 100, car Élévation ne comptait aucune candidate provenant de territoires canadiens, les données de ces régions ne sont donc pas comptabilisées.

Résultats de l'analyse quantitative

Caractéristiques démographiques des candidates

Dans la mesure où les entrepreneures noires ne constituent pas une catégorie homogène, il a été demandé aux candidates de préciser leur origine ethnique (voir la figure 2). Une majorité écrasante de candidates a indiqué être d'origine africaine (44,7 p. 100) ou afro-antillaise (44,3 p. 100). Ces données concordent avec les renseignements émanant de Statistique Canada, selon lesquels les personnes noires de première et deuxième génération sont le plus souvent d'ascendance africaine ou antillaise⁵⁶. D'autres candidates s'identifient comme Noires d'Amérique du Nord (5,6 p. 100), Noires d'Europe (1,1 p. 100) ou déclarent être d'une « autre » origine (4,3 p. 100). Les candidates

ayant sélectionné la catégorie « Autre » ont eu la possibilité de préciser leur origine. Certaines ont indiqué être « Noire » ou ont mentionné des origines multiples (p. ex. noire et autochtone, ou noire et blanche). La plupart des entrepreneures noires incluses dans l'échantillon sont nées au Canada (39,7 p. 100) ou résident au Canada depuis plus de dix ans (37,1 p. 100) (voir la figure 3). Environ 10 p. 100 des candidates sont de nouvelles arrivantes au Canada (p. ex. installées au Canada au cours des cinq dernières années).

La figure 4 montre que les candidates se concentrent dans les tranches d'âge des 25-34 ans et des 35-44 ans. Peu de candidates étaient âgées de 65 ans ou plus. Selon les données de Statistique Canada, la population noire, dont l'âge médian est de 29,6 ans, est dans l'ensemble plus jeune par comparaison à la population canadienne générale⁵⁷.

FIGURE 2

Origines ethniques (n = 700)

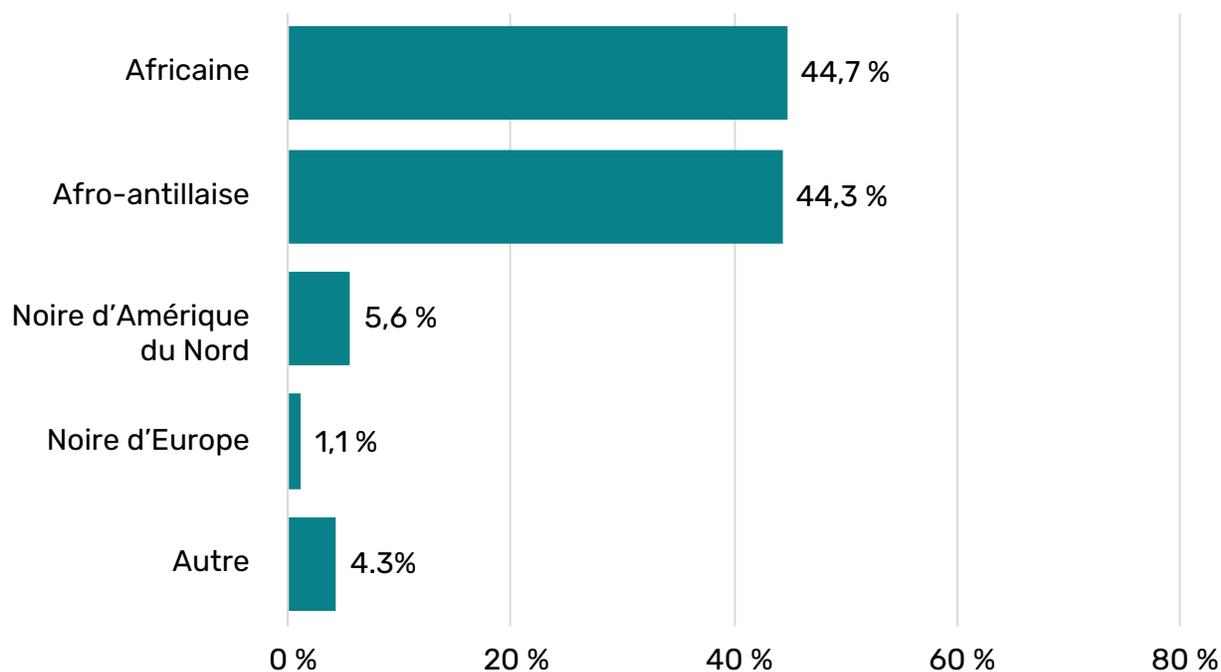
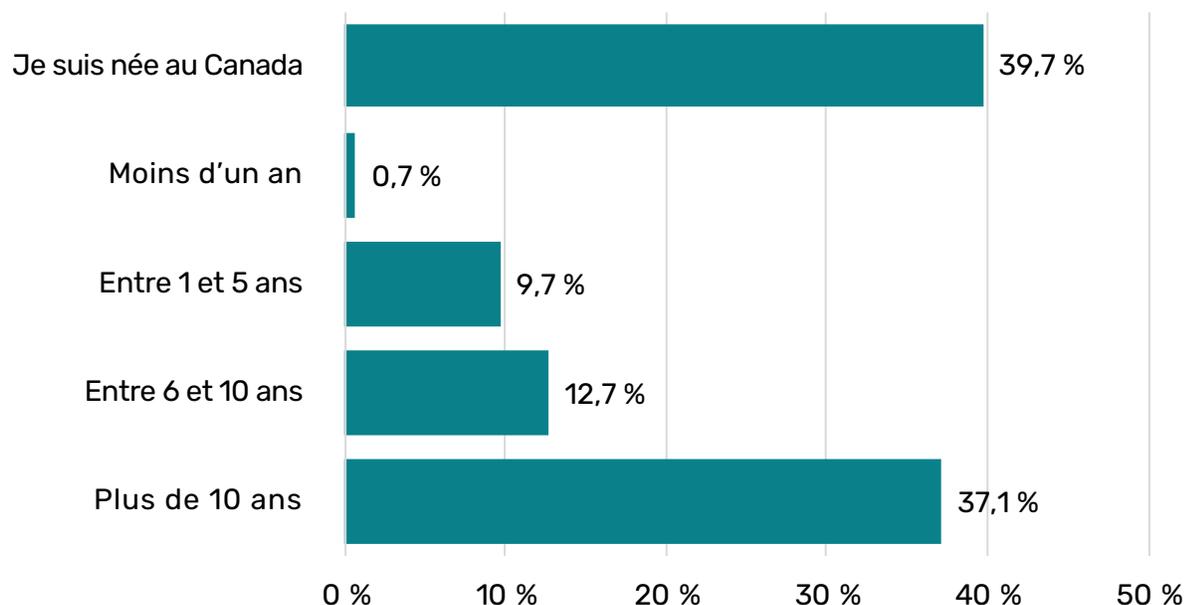


FIGURE 3

Durée de résidence au Canada (n = 700)



Les entrepreneures noires de l'échantillon à l'étude sont généralement instruites et ont atteint un niveau de scolarité plus élevé que la moyenne des femmes noires en âge de travailler au Canada (voir la figure 5). La majorité des femmes incluses dans l'échantillon détient un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat (62,7 p. 100). Parmi ces dernières, 37,4 p. 100 sont titulaires d'un baccalauréat, 23,3 p. 100 d'une maîtrise et 2 p. 100 d'un doctorat. À titre de comparaison, 27,5 p. 100 des femmes noires au Canada sont titulaires d'un diplôme de niveau équivalent ou supérieur au baccalauréat. Un peu plus d'un quart (25,9 p. 100) des candidates de l'échantillon détiennent un certificat ou un diplôme d'études postsecondaires, contre 29 p. 100 pour les femmes noires au Canada⁵⁸. Le sondage s'intéressait également à la question des enfants à charge (voir le tableau 5). Près de la moitié des candidates (46,6 p. 100) n'ont pas d'enfants, et environ 40 p. 100 des candidates ont un ou deux enfants (19,3 p. 100 et 19,6 p. 100 respectivement).

La plupart des entrepreneures noires incluses dans l'échantillon sont nées au Canada (39,7 %) ou résident au Canada depuis plus de dix ans (37,1 %). Environ 10 % des candidates sont de nouvelles arrivantes au Canada.

FIGURE 4

Tranche d'âge (n = 698)

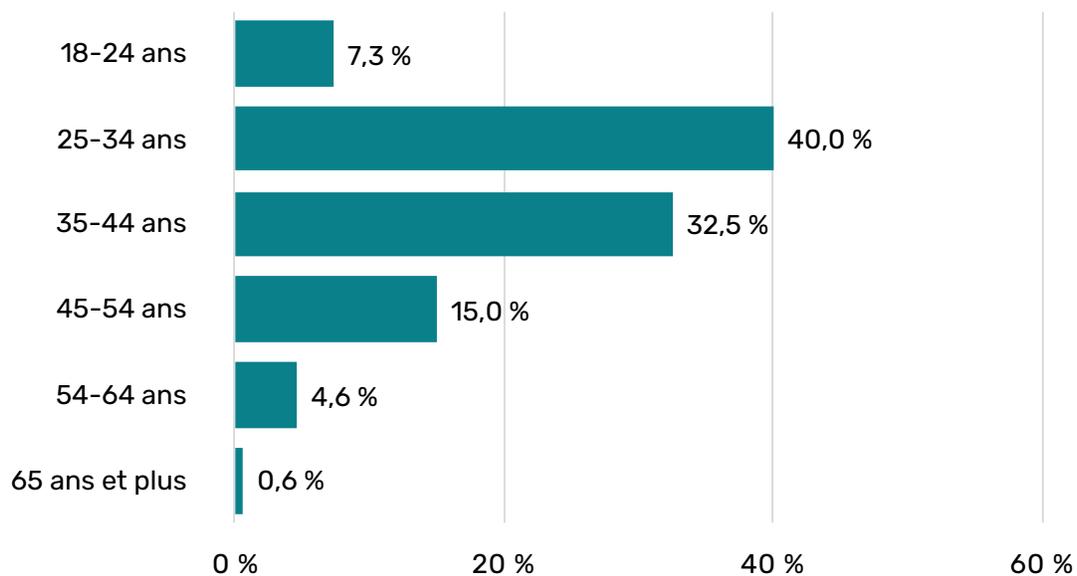


FIGURE 5

Plus haut niveau de scolarité atteint (n = 700)

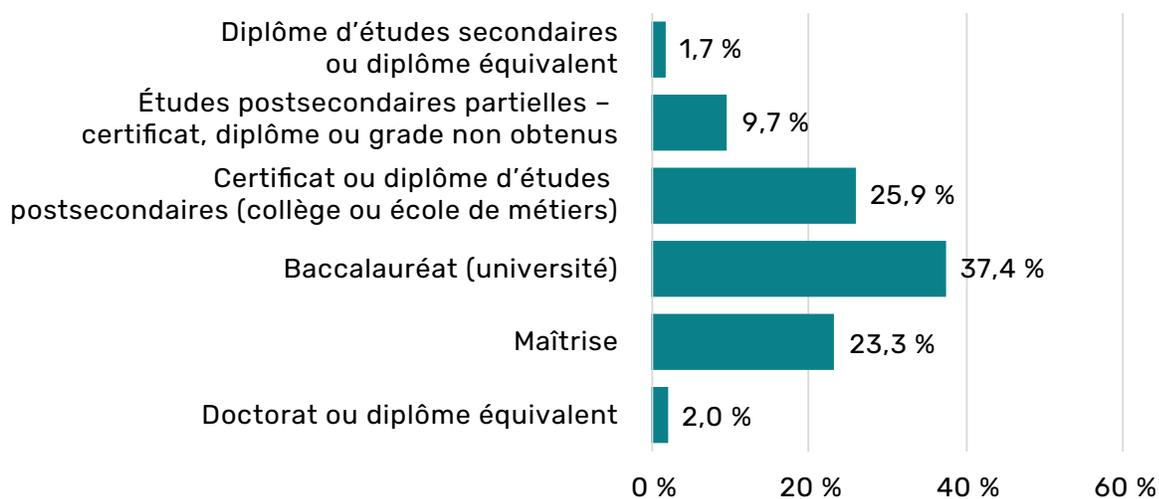


TABLE 5

Nombre d'enfants à charge

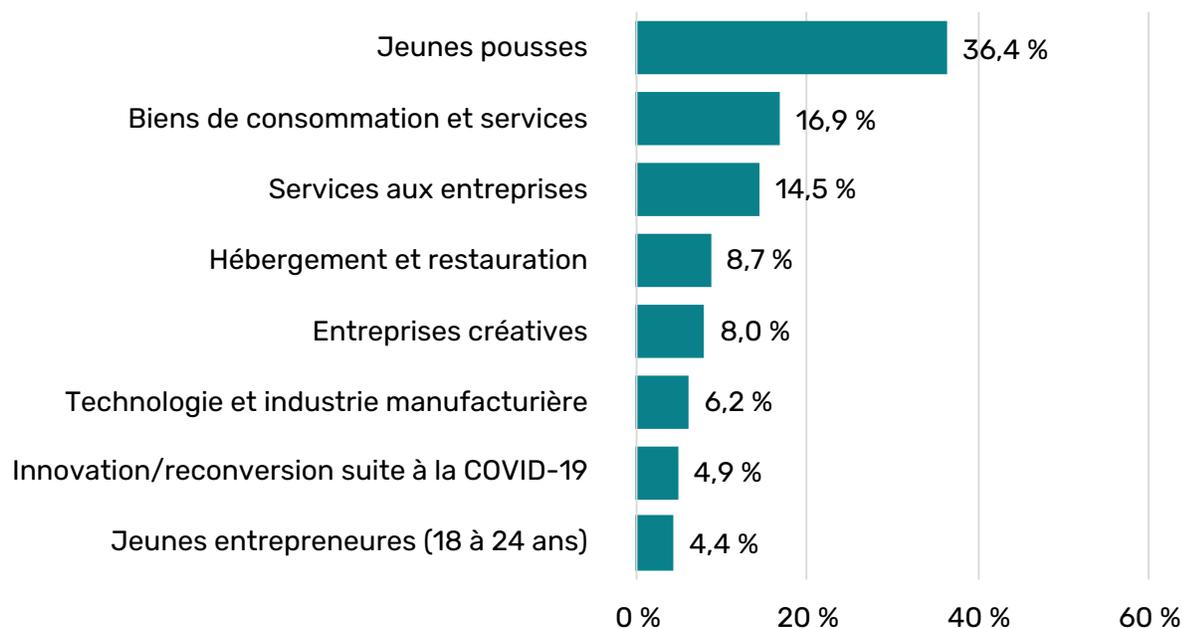
De combien d'enfants êtes-vous responsable?	n = 685
0	46,6 %
1	19,3 %
2	19,6 %
3	9,9 %
4 et plus	4,7 %

Caractéristiques des entreprises

La présente partie est consacrée à l'analyse du profil des entreprises détenues par les femmes noires de l'échantillon à l'étude. La plupart des entrepreneures noires ont présenté leur candidature au prix « Jeunes pousses » (36,4 p. 100). Les deux autres catégories plébiscitées sont les « Biens de consommation et services » (16,9 p. 100) et les « Services aux entreprises » (14,5 p. 100) (voir la figure 6). Le nombre élevé de candidatures dans la catégorie des jeunes pousses indique que les entreprises détenues par les femmes noires sont de création relativement récente. L'examen de la date de création de ces entreprises confirme ce constat.

FIGURE 6

Catégorie de prix visée par la candidature (n = 698)



Les données révèlent que près de la moitié des candidates (47,6 p. 100) dirigent une entreprise déjà établie (voir la figure 7). La plupart des entreprises sont de création récente (voir la figure 8) : 50 p. 100 d'entre

elles ont été créées en 2020 ou en 2021, et 38 p. 100 entre 2016 et 2019. Très peu d'entreprises ont été créées avant 2010.

FIGURE 7

Stade de développement de l'entreprise (n = 697)

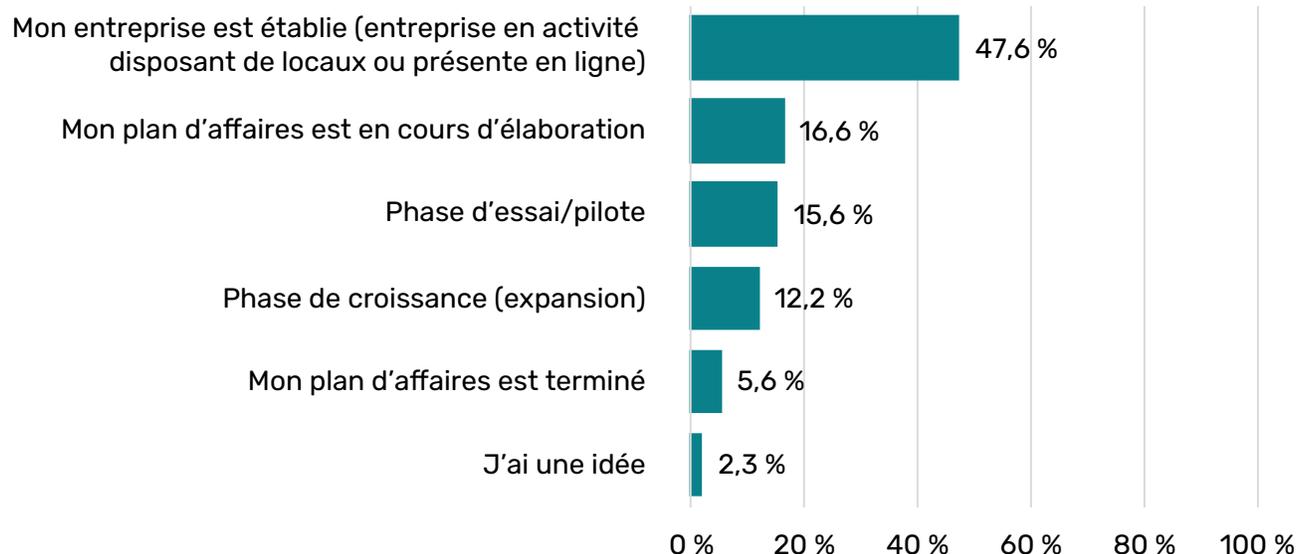
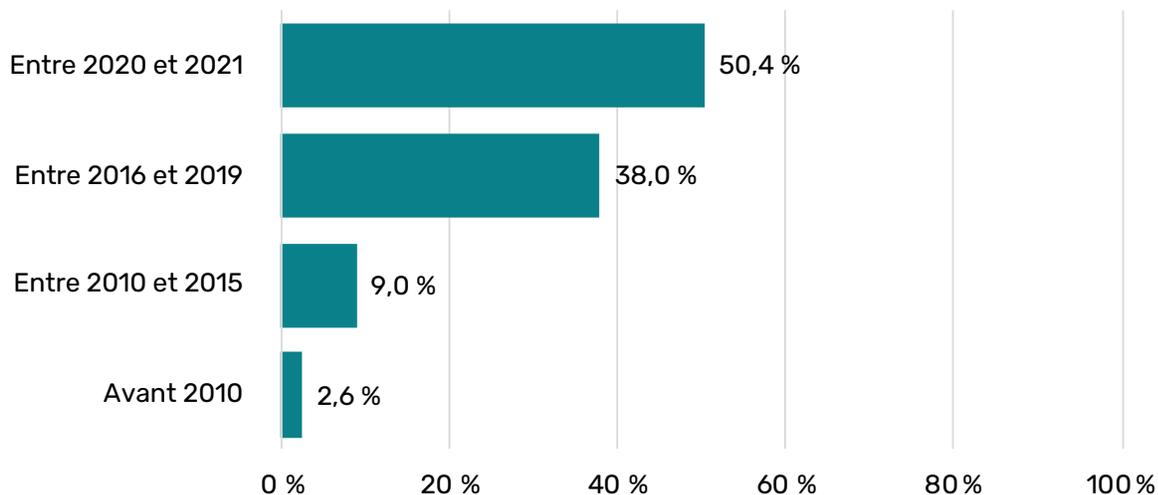


FIGURE 8

Année de création de l'entreprise (n = 692)

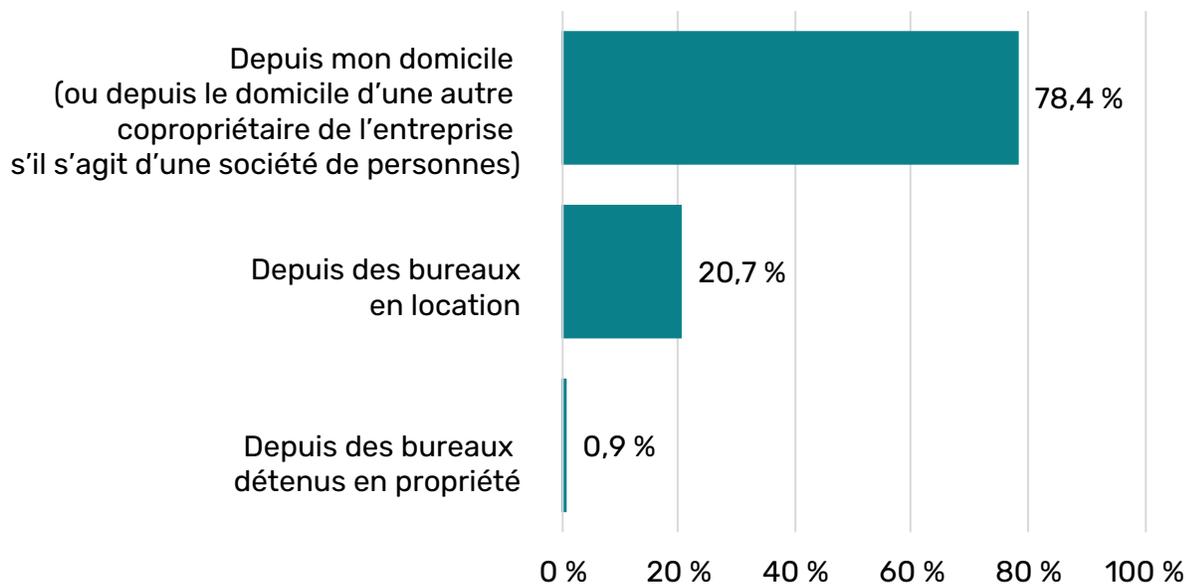


La figure 9 montre que la plupart des entrepreneures candidates mènent leur activité depuis leur domicile (78,4 p. 100). Environ 20 p. 100 louent un espace de travail

et moins de 1 p. 100 occupent un espace dont elles ou leur entreprise sont propriétaires. La plupart des entreprises mènent leurs activités en ligne (78,8 p. 100).

FIGURE 9

Locaux (nature du lieu) des activités opérationnelles de l'entreprise (n = 694)



Les entrepreneures noires concernées par l'étude ont également été interrogées sur l'emplacement géographique de leur entreprise. Leurs réponses ont été catégorisées par province (voir la figure 10) et par grande ville du Canada (voir la figure 11). Aucune des entrepreneures noires incluses dans l'échantillon n'a indiqué travailler à Terre-Neuve-et-Labrador ni dans les trois

territoires du Canada. Il ressort clairement de la répartition des réponses par province que la majorité des entreprises se concentre en Ontario, au Québec et en Alberta (par ordre décroissant). La répartition par grande ville montre que les entreprises sont principalement établies dans la région du grand Toronto (64,1 p. 100).

FIGURE 10

Région (province) des activités opérationnelles de l'entreprise (n = 631)

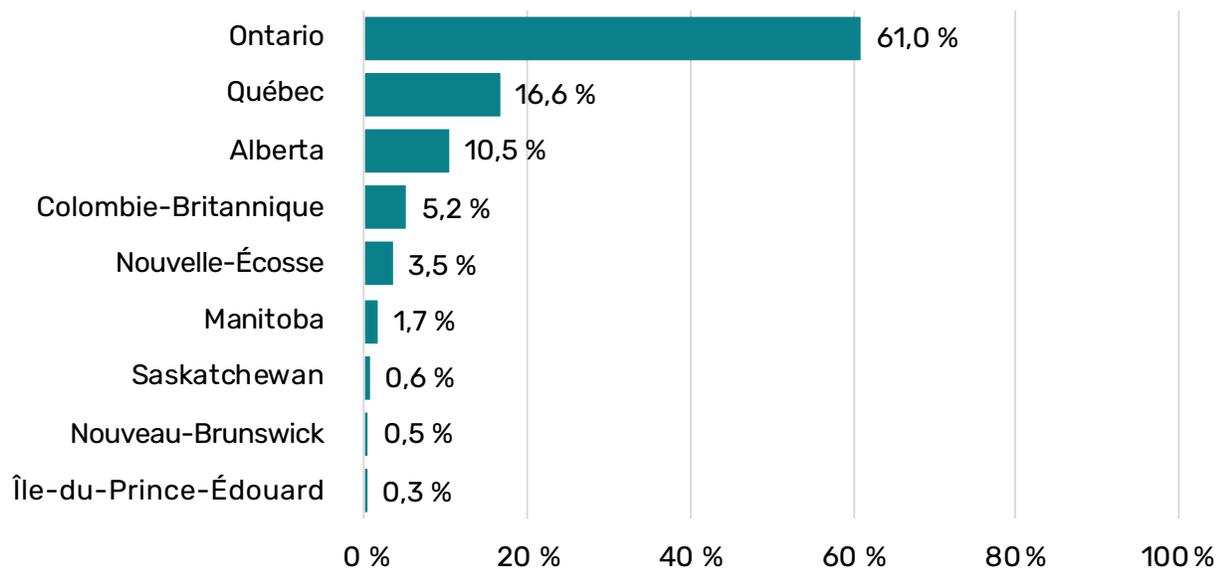
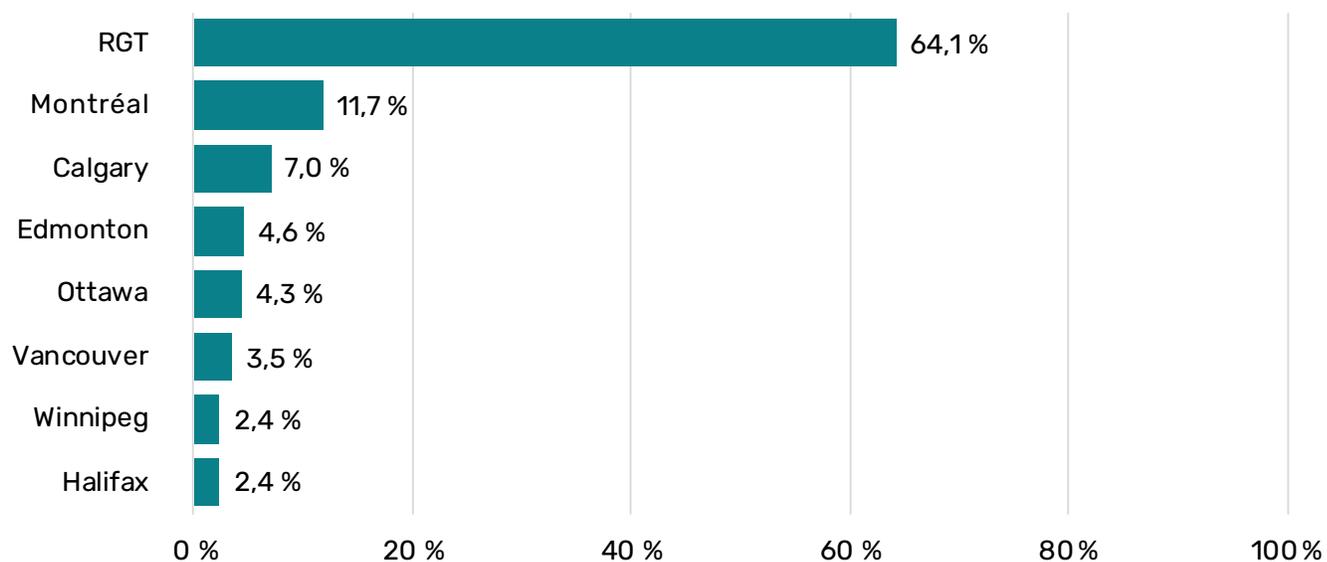


FIGURE 11.

Région (ville majeure) des activités opérationnelles de l'entreprise (n = 460)



La quasi-totalité des entreprises des candidates ne compte aucun employé à temps plein (74,8 p. 100), aucun employé à temps partiel (69,4 p. 100) et aucun employé occasionnel (63,1 p. 100) (voir les tableaux 6 à 8). La figure 12 indique que 93 p. 100 des entreprises génèrent un chiffre d'affaires annuel inférieur à 100 000 dollars.

TABLEAU 6

Nombre d'employés permanents à temps plein

Mis à part vous, combien d'employés travaillent dans votre entreprise à temps plein (au moins 30 heures par semaine)?	n = 686
Aucun	74,8 %
Entre 1 et 4	23,5 %
Entre 5 et 10	1,3 %
Plus de 10	0,4 %

TABLEAU 7

Nombre d'employés permanents à temps partiel

Mis à part vous, combien d'employés travaillent dans votre entreprise à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)?	n = 676
Aucun	69,4 %
Entre 1 et 4	28,1 %
Entre 5 et 10	2,2 %
Plus de 10	0,3 %

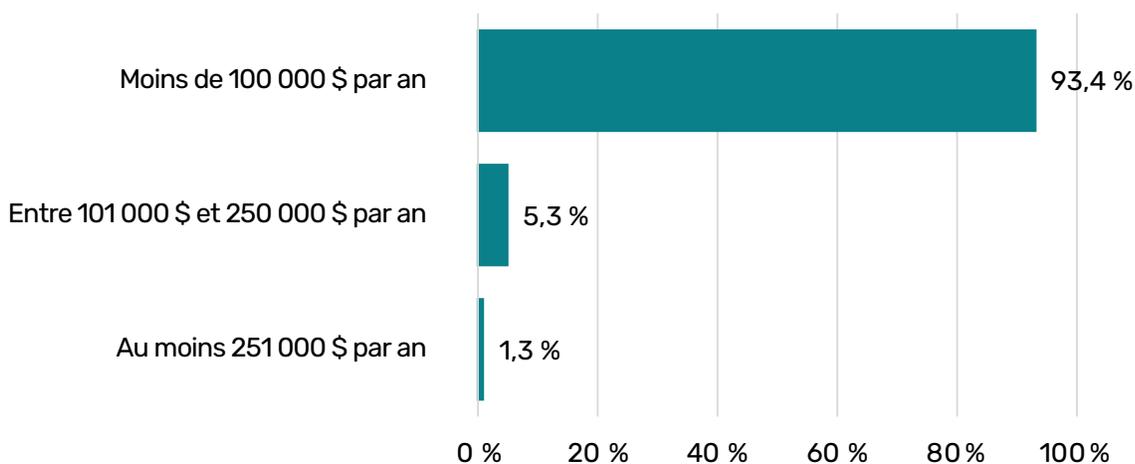
TABLEAU 8

Nombre d'employés temporaires

Mis à part vous, combien d'employés travaillent dans votre entreprise de façon temporaire ou occasionnelle?	n = 685
Aucun	63,1 %
Entre 1 et 4	32,3 %
Entre 5 et 10	3,6 %
Plus de 10	1 %

FIGURE 12

Chiffre d'affaires annuel actuel (n = 700)



Motivations

Les entrepreneures noires figurant dans l'échantillon étudié se sont lancées dans l'entrepreneuriat pour diverses raisons (voir le tableau 9), les circonstances favorables semblant constituer un facteur déterminant. En effet, 88 p. 100 ont eu la possibilité de fournir des produits ou des services et 61 p. 100 ont saisi une occasion inattendue. La possibilité de bénéficier d'une plus grande souplesse au travail est également une préoccupation majeure des entrepreneures; 73 p. 100 des candidates se disent d'accord, voire tout à fait d'accord sur le fait qu'il s'agit d'une des raisons ayant motivé la création de

leur entreprise. Dans la mesure où la plupart des candidates sont nées au Canada ou y résident depuis longtemps, et n'ont créé leur entreprise que relativement récemment, très peu d'entre elles déclarent avoir créé leur structure pour parer à la difficulté de faire reconnaître un titre de compétences délivré à l'étranger (75 p. 100 des candidates ne sont pas d'accord ou sont fortement en désaccord sur le fait qu'il s'agit d'un facteur incitatif). Enfin, les responsabilités familiales n'ont que très peu pesé dans la décision des candidates de se lancer dans l'entrepreneuriat, ce qui peut s'expliquer par le fait que peu d'entre elles ont un enfant à charge.

TABLEAU 9

Principales raisons ayant motivé la création de l'entreprise

	Nombre total de réponses	Fortement en désaccord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
J'ai eu du mal à trouver un emploi	674	40,9 %	12,8 %	20,5 %	14,5 %	11,3 %
J'ai eu la possibilité de fournir des produits ou des services	686	3,9 %	2,2 %	6,0 %	16,0 %	71,9 %
J'ai saisi une occasion inattendue	677	9,3 %	6,1 %	23,3 %	23,2 %	38,1 %
J'avais du mal à faire reconnaître mes titres de compétences étrangers	666	66,7 %	8 %	17,4 %	4,1 %	3,9 %
Je n'appréciais plus mon travail	669	21,5 %	10,5 %	22,1 %	24,2 %	21,7 %
La création d'entreprise est une affaire de famille	671	30,3 %	10,3 %	16,8 %	19,5 %	23,1 %
J'avais besoin de sources de revenus complémentaires à mon travail	673	24,8 %	9,5 %	23,0 %	20,2 %	22,4 %
Mes responsabilités familiales m'imposaient de travailler depuis chez moi	672	44,6 %	10,6 %	18,2 %	11,3 %	15,3 %
J'aspirais à davantage de souplesse dans mon travail	674	11,1 %	3,7 %	12,0 %	23,1 %	50,0 %

Remarque : Les chiffres étant arrondis, la somme des pourcentages n'est pas nécessairement égale à 100.

Obstacles

Interrogées au sujet des difficultés ayant entravé la création ou le développement de leur entreprise (voir le tableau 10), les candidates estiment pour la plupart (78,5 p. 100) que l'accès au financement constitue un défi majeur (elles se disent d'accord ou tout à fait d'accord sur ce point). Par ailleurs, le coût de l'emprunt et l'accès aux capitaux (propres ou autres) représentent également des obstacles considérables pour les candidates.

Si la plupart des participantes savent vers qui se tourner pour obtenir de l'aide dans le cadre de leur activité, plus d'un quart se disent en désaccord, voire fortement en désaccord avec cette affirmation

TABLEAU 10

Obstacles rencontrés dans le cadre de l'activité ou du développement de l'entreprise

	Nombre de réponses	Fortement en désaccord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Accès au financement	691	3,9 %	3,0 %	14,5 %	20,8 %	57,7 %
Coût de l'emprunt	675	6,1 %	3,9 %	25,3 %	19,7 %	45 %
Accès aux capitaux (propres ou autres)	681	5,6 %	3,4 %	21,1 %	22,9 %	47 %
Règles régissant le commerce ou taux de change	675	22,4 %	8,6 %	44 %	10,4 %	14,7 %
Concurrence	679	14,6 %	13,3 %	32,4 %	24,6 %	15,2 %
Disponibilité de la main-d'œuvre qualifiée	672	21,3 %	14 %	37,6 %	17,3 %	9,8 %
Conjoncture économique globale	676	9 %	7,5 %	25,6 %	31,7 %	26,2 %
Politiques publiques (règles et réglementations)	669	17,8 %	13,5 %	33 %	18,1 %	17,6 %
Infrastructures (téléphonique, électrique, des eaux, routière, foncière)	675	39,3 %	15,4 %	31,9 %	7,9 %	5,6 %
Imposition	669	25,9 %	14,6 %	40,5 %	10,5 %	8,5 %

Le tableau 11 présente la perspective des candidates sur leur tissu relationnel et leurs réseaux personnels. Une majorité d'entre elles est d'accord, voire tout à fait d'accord sur le fait qu'elles ont été suffisamment soutenues par leur famille, qu'elles connaissent d'autres personnes exerçant une activité similaire ou qu'elles disposent de

contacts solides au sein de leur communauté. Si la plupart des participantes (58,5 p. 100) savent vers qui se tourner pour obtenir de l'aide dans le cadre de leur activité, plus d'un quart (27,8 p. 100) se disent en désaccord, voire fortement en désaccord avec cette affirmation.

TABLEAU 11

Tissu relationnel

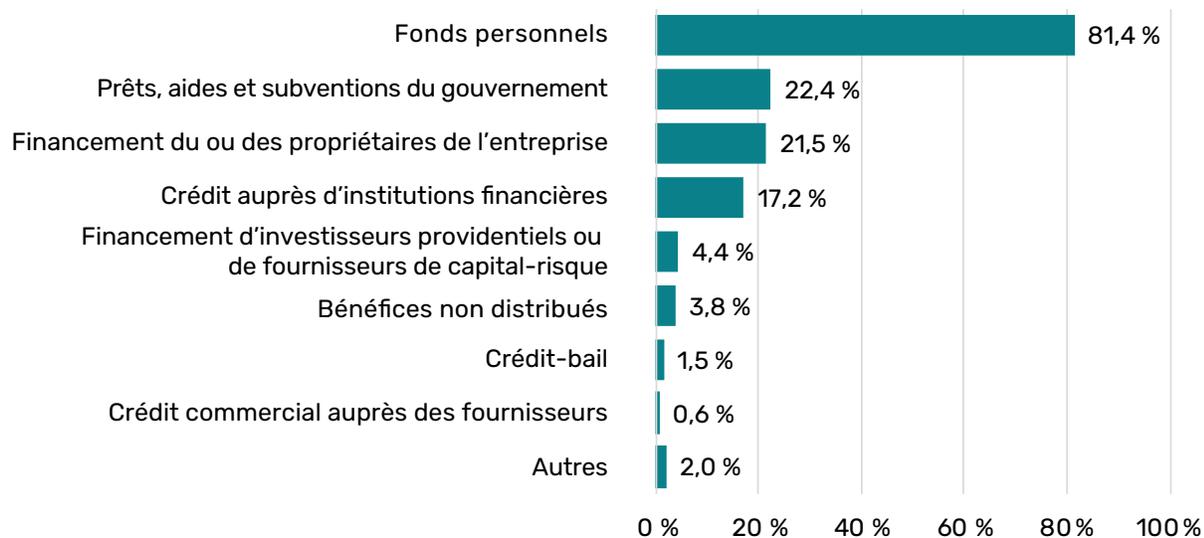
	Nombre de réponses	Fortement en désaccord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Ma famille me soutient dans mon travail	690	5,5 %	7,7 %	9,6 %	25,4 %	51,9 %
Je sais où m'adresser pour obtenir de l'aide dans mon activité (formation, mentorat, renseignements, etc.)	689	7,8 %	20,0 %	13,6 %	34,1 %	24,4 %
Je connais d'autres personnes qui exercent une activité du même type	690	12,8 %	14,1 %	15,4 %	31,9 %	25,9 %
Je dispose de contacts solides au sein de ma communauté	692	5,1 %	10 %	18,4 %	32,4 %	34,2 %

Il a également été demandé aux candidates d'indiquer si elles avaient bénéficié d'une aide pour financer leur entreprise, que ce soit sous la forme d'un prêt, d'une subvention publique ou d'investissements externes. Un peu moins de la moitié des candidates (49,4 p. 100) déclare avoir reçu une aide. Les candidates indiquent avoir eu recours à diverses sources

de financement pour créer leur entreprise : la plupart (81,4 p. 100) ont puisé dans leur épargne personnelle, 22 p. 100 ont bénéficié de prêts ou de subventions du gouvernement, 22 p. 100 ont reçu un financement de la part de propriétaires d'entreprises et 17 p. 100 ont obtenu un prêt auprès d'institutions financières (voir la figure 13).

FIGURE 13

Sources mobilisées pour financer la création de l'entreprise (n = 344)



Incidence de la pandémie de COVID-19 sur les entreprises

Comme indiqué précédemment, des études antérieures ont déterminé que la pandémie de COVID-19 a eu une incidence plus marquée sur les femmes et sur la communauté noire. En toute logique, les entrepreneures noires ont été, elles aussi, éprouvées dans ce contexte. Les candidates ont été invitées à indiquer dans quelle mesure la pandémie de COVID-19 affectera le devenir de leur entreprise (voir le tableau 12). Étonnamment, alors qu'un grand nombre d'entre elles (45,3 p. 100) s'attendent à rencontrer des difficultés financières en raison de la pandémie, elles estiment toutefois qu'elles seront en mesure de venir à bout de ces difficultés. Dans le même esprit, un autre groupe de candidates (31,9 p. 100) estime que la pandémie fragilisera considérablement la santé financière de leur entreprise. Environ 10 p. 100 des candidates pensent que la pandémie les contraindra à mettre un terme à leur activité. Il convient toutefois de noter que la plupart des candidates ont créé leur entreprise en 2020 ou en 2021. Ces statistiques doivent être maniées avec précaution; dans la mesure où les entrepreneures ont été interrogées dans le cadre d'un concours, il est possible que le contexte ait influencé leurs réponses à cette question spécifique.

TABLEAU 12

Incidence de la COVID-19 sur l'activité de l'entreprise

À l'heure actuelle, quelle incidence pensez-vous que la pandémie de COVID-19 aura sur votre activité?	n = 695
La pandémie va nous affecter financièrement, mais nous sommes en mesure d'affronter la tempête	45,3 %
Nous allons subir un fort contrecoup financier	31,9 %
Autre (aucun contrecoup; l'activité a démarré pendant la pandémie; retombées bénéfiques)	12,9 %
Il nous faudra peut-être cesser notre activité	9,8 %

Il a également été demandé aux candidates d'expliquer dans quelle mesure la pandémie de COVID-19 a affecté le cours de leurs activités (voir le tableau 13). La plupart ont indiqué avoir renforcé leur présence en ligne à la suite de la pandémie (45,3 p. 100). Selon de nombreuses candidates, la pandémie a entravé la bonne marche de leur entreprise; 34 p. 100 ont dû faire face à l'annulation de commandes ou d'événements et 21 p. 100 ont été confrontées à des interruptions dans leur chaîne d'approvisionnement. Alors que 17 p. 100 des entrepreneures déclarent que la demande de certains produits a considérablement augmenté, 29 p. 100 ont enregistré une baisse de leurs ventes. La pandémie a également nui à la santé financière des entreprises des candidates; 29 p. 100 d'entre elles ont été contraintes de limiter leurs dépenses en raison du climat d'incertitude, 19 p. 100 des entreprises n'avaient plus la possibilité de s'endetter pendant la crise et 11 p. 100 n'ont eu d'autre choix que de puiser dans leur ligne de crédit. La pandémie a poussé un grand nombre d'entrepreneures à basculer vers le travail à distance (24,6 p. 100), tandis que d'autres ont modifié leurs horaires de travail (14 p. 100) ou ont été contraintes de fermer leurs locaux commerciaux (11,7 p. 100). Alors que 4 p. 100 des candidates estiment que leur entreprise ne pourra pas survivre plus d'un mois dans le contexte actuel, 17 p. 100 ont le sentiment que la pandémie de COVID-19 n'a eu aucune incidence directe sur le fonctionnement de leur activité, un phénomène que certaines expliquent par le fait que leur entreprise n'a été créée que relativement récemment, pendant la pandémie.

TABLEAU 13

Incidence de la COVID-19 sur l'activité de l'entreprise

Quelles ont été les répercussions de la COVID-19 sur l'activité de votre entreprise?	n = 700
Nous avons accentué notre présence en ligne	45,3 %
Les clients ont annulé des commandes ou des événements	34 %
Nous commençons à limiter les dépenses en raison du contexte d'incertitude	29 %
Nos ventes ont chuté	28,9 %
Nous avons basculé vers le travail à distance	24,6 %
Nous subissons une interruption de la chaîne d'approvisionnement	20,7 %
Nous n'avons plus la possibilité de nous endetter pendant cette crise	18,7 %
Nous constatons une hausse considérable de la demande de certains produits	17,4 %
Aucune conséquence directe	16,6 %
Nous avons ajusté nos horaires de travail	14 %
Notre établissement commercial est fermé	11,7 %
La conjoncture nous a contraintes à puiser dans notre ligne de crédit	10,7 %
Notre entreprise ne survivra pas plus d'un mois dans les circonstances actuelles	4,3 %
Autre (l'entreprise a été créée pendant la pandémie; impossibilité de proposer certains services, manque de débouchés)	15,3 %

Résultats de l'analyse qualitative

Les parties ci-après présentent les principales réponses apportées par les candidates de l'échantillon aux questions suivantes :

1. Qu'est-ce qui vous a incitée à créer votre propre entreprise?
2. Quelle est votre plus belle réussite en tant que cheffe d'entreprise?
3. De quoi avez-vous besoin pour que [votre entreprise] atteigne ses objectifs [au cours des trois prochaines années]?
4. Quelle incidence la pandémie a-t-elle eue sur votre entreprise?

Résultats de l'analyse qualitative réalisée au moyen du logiciel Leximancer

Le tableau 14 indique à combien de reprises chaque thème est cité par la population de l'échantillon.

TABLEAU 14

Fréquence des thèmes dans l'échantillon

Motivations/inspirations (Qu'est-ce qui vous a incitée à créer votre propre entreprise?)		
Famille et communauté	Expériences personnelles et passion	Souplesse et liberté
794	622	515
Réussite (Quelle est votre plus belle réussite en tant que cheffe d'entreprise?)		
Succès de l'entreprise	Innovation	Épanouissement personnel
669	329	279
Besoins de l'entreprise (De quoi avez-vous besoin pour que votre entreprise atteigne ses objectifs au cours des trois prochaines années?)		
Services de soutien aux entreprises/mentorat en affaires	Financement	Aide pour gérer le personnel et les collaborateurs
331	330	288
Répercussions de la pandémie de COVID-19 (Quelle incidence la pandémie a-t-elle eue sur votre entreprise?)		
Ralentissement de l'activité	Interruptions de l'activité	Fermeture de certains services
804	482	345

Remarque : Les nombres indiqués correspondent aux occurrences d'un mot spécifique parmi les réponses; il peut donc être plus élevé que la taille de l'échantillon.

Qu'est-ce qui vous a incitée à créer votre propre entreprise?

De nombreuses raisons poussent les femmes noires à se lancer dans l'entrepreneuriat. Les candidates interrogées ont notamment évoqué l'influence de la famille et de la communauté, les expériences personnelles positives et négatives, le besoin d'une meilleure souplesse et d'une plus grande liberté dans l'aménagement de leurs horaires de travail, et la stabilité financière.

FAMILLE ET COMMUNAUTÉ

Un grand nombre d'entrepreneures ont expliqué avoir baigné dans l'entrepreneuriat dès le plus jeune âge et avoir été inspirées par des entrepreneur.e.s de leur famille. Plus d'une entrepreneure explique que sa décision a été motivée par la maternité, ainsi que par la possibilité de subvenir aux besoins de ses enfants et d'être leur fierté. Les entrepreneures témoignent :

- > *C'est la maternité qui m'a guidée vers l'entrepreneuriat. Après la naissance de mes jumelles, mes journées étaient très chargées. Chaque jour, je répétais de petits mantras, comme « Mom of the Day » [Maman est géniale!], pour me motiver. J'ai d'abord affiché ces mots au mur, puis je les ai retranscrits sur des tee-shirts et sur des planches de bois brut. Cela m'a aidée à me sentir bien dans ma peau et à passer une bonne journée! [traduction libre]*
- > *Mes sources d'inspiration sont très variées. Si je ne devais en citer qu'une, ce serait mes parents. Ils étaient tous les deux entrepreneurs, mais dans un autre secteur d'activité. J'ai vu leur ambition et leur énergie. J'ai vu leurs projets prendre vie et porter leurs fruits. Tout cela a été pour moi une formidable source d'inspiration. [traduction libre]*

Certaines entrepreneures ont créé leur entreprise pour répondre aux besoins de leur communauté. L'une d'elles raconte :

Quelques semaines après mon arrivée au Canada, je me suis rendue dans un salon de coiffure, où l'on m'a expliqué qu'on ne saurait pas s'occuper de mon type de cheveux. Rapidement, je me suis rendu compte qu'aucun salon de coiffure n'était qualifié pour prendre soin de mon type de cheveux. Il m'a fallu trouver une solution et me coiffer moi-même. J'ai fini par comprendre que les femmes et les filles noires de mon quartier rencontraient le même problème. J'ai donc décidé de proposer une solution pour répondre à ce besoin. [traduction libre]

EXPÉRIENCES PERSONNELLES ET PASSION

Pour beaucoup, l'étincelle de la passion entrepreneuriale trouve sa source dans une expérience personnelle particulière, positive ou négative, et du désir subséquent de faire bénéficier autrui de ce sentiment bénéfique, ou de rectifier la situation dans le cas d'une expérience négative.

L'une des candidates, qui a immigré au Canada, explique ainsi avoir eu du mal à trouver un emploi correspondant à ses compétences depuis son arrivée dans le pays. Son projet est né d'une volonté de comprendre les besoins propres aux personnes noires en quête d'un emploi. D'autres candidates ont créé leur entreprise après avoir été victimes de discriminations, qu'il s'agisse de sexisme ou de racisme envers les personnes noires, sur leur lieu de travail ou dans la société en général. Ces expériences ont également pesé sur le choix des services proposés par les entrepreneures. Une candidate, qui avait été victime de racisme au travail, a ainsi articulé son projet autour de la lutte contre le racisme et de la promotion de l'équité, de la diversité et de l'inclusion :

Jamais je n'aurais pensé devenir cheffe d'entreprise. Mais quand mon activité a commencé à prendre de l'ampleur,

j'ai compris que j'avais la possibilité de concrétiser mes rêves : travailler à mon compte et m'investir à temps plein pour combattre le racisme systémique dans notre société. J'ai pratiqué le droit pendant plus de dix ans et partout où j'ai travaillé, j'ai toujours été la seule avocate noire, ou une des rares personnes noires parmi le personnel. J'ai subi diverses formes de racisme envers les Noirs.e.s sur mon lieu de travail et ces événements ont pesé sur ma santé mentale et physique. Certes, ces épreuves m'ont marquée, mais grâce à elles, je suis mieux armée dans mon activité de conseil, car je comprends les mécanismes qui permettent de lutter contre le racisme et les autres formes de discrimination au sein des entreprises. [traduction libre]

D'autres entrepreneures se sont inspirées d'expériences heureuses pour créer leur entreprise. L'une de ces femmes explique ainsi :

Comme doula, je travaille avec des femmes et des mères, que j'accompagne pendant leur grossesse, jusqu'à la naissance de leur enfant. Elles sont mes sources d'inspiration. C'est en les observant que j'ai eu l'idée de créer mon entreprise. Les voir devenir mères est une expérience marquante qui m'a poussée à concevoir un produit qui leur sera utile tout au long de cette nouvelle aventure. [traduction libre]

L'esprit d'entreprise et la passion pour un métier sont également des facteurs favorables, qui ne sont pas sans influence sur le désir des femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat :

J'ai la passion du produit et quand cette idée a germé dans mon esprit, j'ai pris conscience que c'était le moment ou jamais de quitter le secteur bancaire et de me consacrer à la création d'une entreprise correspondant à mon

éthique et à mes valeurs, notamment l'intégrité, l'inclusion [et] l'autonomisation. [traduction libre]

D'autres entrepreneures de l'échantillon à l'étude considèrent que la passion qu'elles portent à leur culture est un moteur de leur engagement dans l'entrepreneuriat. Une candidate explique ainsi :

Je viens d'Éthiopie et j'avais du mal à trouver de la farine de teff de qualité, un produit de mon pays, sur le marché... Notre objectif n'était pas simplement de vendre de la farine de teff de qualité; nous souhaitions également faire vivre aux Nord-Américains une expérience éthiopienne authentique, et leur faire découvrir la culture et les traditions de notre pays. [traduction libre]

SOUPLESSE ET LIBERTÉ

La formule de l'entrepreneuriat offre aux femmes une plus grande souplesse dans la gestion de leur temps. Elles peuvent travailler de chez elles et s'occuper de leurs enfants, tout en gérant leurs affaires. Une entrepreneure explique notamment :

Mes enfants sont ma source d'inspiration. J'ai sacrifié tellement de temps [à mon travail] pour gagner de l'argent et subvenir à leurs besoins. C'était devenu ingérable, surtout quand la pandémie a commencé. J'ai de la chance de pouvoir rester à la maison et de les voir grandir, de pouvoir travailler et de les avoir près de moi, et de bâtir mon empire. Pour moi, mais aussi pour eux et les générations à venir. [traduction libre]

L'entrepreneuriat est aussi un levier d'autonomie financière, grâce à laquelle les femmes peuvent subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille. Leur engagement dans l'entrepreneuriat peut procéder de la nécessité de pourvoir aux besoins de leur famille et de leur communauté, ou de la

volonté de s'affranchir de la dépendance à l'égard d'un employeur. Une entrepreneure témoigne ainsi :

L'entrepreneuriat m'offre une liberté financière. C'est quand je suis devenue mère que j'ai sérieusement envisagé cette option, car je n'avais aucune maîtrise sur le temps que je pouvais consacrer à mes enfants et à ma famille. J'ai ressenti le besoin de créer les conditions nécessaires à ma liberté financière, pour moi et pour mes enfants. [traduction libre]

Certaines entrepreneures ont choisi l'entrepreneuriat lorsqu'elles ont constaté que cette option avait assuré souplesse et stabilité aux entrepreneurs de leur entourage, amis ou membres de la famille :

C'est ma grand-mère qui m'a inspirée. Elle était couturière. Elle travaillait de chez elle et a géré son entreprise avec succès. Elle organisait son temps comme elle le souhaitait et travaillait à son rythme, selon ses propres horaires. Elle pouvait gérer son emploi du temps en toute liberté et consacrer du temps à sa famille, tout en générant un revenu. J'ai suivi son exemple; je me suis penchée sur mes aspirations pour déterminer de quelle manière je pouvais, moi aussi, accéder à cette liberté. [traduction libre]

Plusieurs femmes ont souhaité aider d'autres personnes à bénéficier de cette souplesse et de cette autonomie financière. Une candidate explique ainsi :

Cette idée m'est venue au début de la pandémie, lorsque je me suis rendu compte que j'allais perdre une partie de mon salaire, mais pas au point de pouvoir prétendre à une aide quelconque. Beaucoup de choses ont changé ces derniers mois qui prouvent qu'un nombre croissant de personnes, dont le profil est similaire au mien, souhaitent créer leur propre entreprise. Mais chacun sait que

les jeunes pousses ont du mal à décoller, quand elles n'échouent pas. Il existe très peu de solutions de financement pour les jeunes pousses et la croissance interne reste faible. La plateforme que j'ai créée permet aux télétravailleurs indépendants de gagner un complément de revenus. Mais contrairement aux autres plateformes de ce type, elle leur offre également la possibilité de se constituer une clientèle, sans avoir besoin de financer d'emblée la création de leur site Web. [traduction libre]

Quelle est votre plus belle réussite en tant que cheffe d'entreprise?

Les entrepreneures noires dirigent et exploitent des entreprises florissantes à travers le pays. Les entrepreneures noires ont évoqué les nombreuses réalisations marquantes qu'elles ont accomplies depuis la création de leur entreprise, notamment le succès entrepreneurial, l'innovation et l'épanouissement personnel.

SUCCÈS ENTREPRENEURIAL

Les entrepreneures noires figurant dans l'échantillon étudié mesurent le succès entrepreneurial selon divers critères. Pour certaines, la réussite se manifeste au travers du courage et de la détermination dont elles ont fait preuve, tandis que pour d'autres, elle se mesure par la satisfaction et la fidélisation de leur clientèle.

Plusieurs entrepreneures estiment que le fait d'avoir eu le courage de créer et de développer leur entreprise, notamment en pleine pandémie, est une source de fierté et de réussite. Nombre d'entre elles considèrent également comme une réussite le fait d'avoir pris leur avenir en main, de s'être consacrées à l'expansion de leur entreprise et de ne jamais avoir baissé les bras pendant les moments difficiles.

- > *À mes yeux, j'ai réussi parce que j'ai eu le courage d'aller de l'avant, de construire quelque chose et de déménager en 2020, malgré toutes les difficultés posées par la pandémie. [traduction libre]*
- > *Ma plus grande réussite à ce jour est d'avoir créé mon entreprise. Tout le monde peut avoir des projets, mais il faut faire preuve d'une très grande force de caractère et de courage pour les concrétiser et les développer à partir de zéro. [traduction libre]*

Les commentaires positifs et les avis d'une clientèle satisfaite sont également un gage de réussite pour beaucoup d'entrepreneures. Elles y voient le reflet de l'énergie et du soin qu'elles ont apporté à la création de leurs produits ou services, ainsi que la preuve qu'elles sont capables de répondre aux besoins de leur clientèle. Une entrepreneure précise ainsi : « *Ma plus belle réussite, c'est d'obtenir de bons résultats, de voir mes client.e.s se rétablir de leur maladie, de voir que leur état se stabilise et qu'ils/elles sont capables de gérer leur maladie dégénérative. C'est très gratifiant.* » [traduction libre]

De la même manière, pour certaines entrepreneures, la réussite se traduit par un engagement client constructif, comme l'explique une candidate : « *Mon compte Instagram rassemble plus de 7 500 abonnés. J'apprécie ce dialogue enrichissant avec la clientèle, actuelle et potentielle. Chaque jour, j'attire de nouveaux abonnés. J'ai réussi à établir une marque et à me faire connaître.* »

INNOVATION

De nombreuses entrepreneures considèrent la création d'un produit fiable et innovant comme une preuve de réussite. Souvent, cette démonstration de faisabilité marque le point de départ d'un nouveau cycle de développement, d'innovation et de croissance commerciaux pour l'entreprise. Une entrepreneure précise ainsi : « *Nos client.e.s adorent nos créations. Nous espérons*

pouvoir développer d'autres produits et développer notre activité d'année en année. » [traduction libre]

D'autres entrepreneures considèrent que leur plus grande réussite, notamment en pleine pandémie, a été de parvenir à restructurer leur entreprise, à basculer vers une autre activité, ou à mettre en œuvre des stratégies afin d'exploiter Internet pour assurer leur expansion. Quelques entrepreneures témoignent ainsi :

- > *J'ai réussi à lancer la première version de ma boutique en ligne en pleine pandémie; les client.e.s ont ainsi pu continuer à faire leurs achats alors que les magasins physiques étaient fermés et nous avons pu réaliser des ventes dès le premier mois. [traduction libre]*
- > *Il a fallu restructurer et réinventer notre activité en 2020. Nous avons pu lancer le site Web de la société, ce qui nous a permis de proposer un service de vente en ligne. Nous avons aussi négocié avec succès les frais d'expédition et nous proposons un prix de livraison plus compétitif sur le territoire canadien, ce qui nous a permis d'acquérir de nouveaux.elles client.e.s. [traduction libre]*
- > *J'ai effectué des travaux dans les bureaux que je loue, et j'ai complètement repensé et lancé mon émission de débats, diffusée en ligne. [traduction libre]*

ÉPANOUISSEMENT PERSONNEL

Les entrepreneures se disent fières de tous les efforts qu'elles ont accomplis pour créer leur produit, leur entreprise et leur marque, et des commentaires positifs qu'elles reçoivent. Pour bon nombre d'entre elles, le summum de la réussite tient au fait qu'elles sont parvenues à créer un lien avec les communautés au travers de leur entreprise, et que leurs efforts portent leurs fruits. Quelques entrepreneures expliquent ainsi :

- > Être parvenue à susciter l'intérêt de personnes de cultures et d'horizons divers. Ces personnes ont certainement apprécié la qualité artistique et esthétique de mon travail. Je suis fière de pouvoir nouer des liens et travailler avec des personnes d'origines différentes. [traduction libre]
- > J'ai développé mon activité petit à petit, grâce à des recommandations et en me faisant connaître auprès de client.e.s potentiel.le.s. Je suis fière de pouvoir dire que je suis toujours en activité malgré la pandémie, même si je dirige une petite entreprise. J'ai une clientèle fidèle qui apprécie mon professionnalisme et la qualité de mes services. Je suis flattée de voir que mes client.e.s apprécient mon travail au point d'en publier des photos [sur Internet]. [traduction libre]
- > Créer des liens entre une trentaine de femmes de la communauté et leur donner accès, par ce biais, à un réseau de soutien composé de femmes qui suivent plus ou moins le même cheminement. [traduction libre]
- > La possibilité de rencontrer des personnes formidables de tous horizons qui souhaitent célébrer leurs êtres chers lors d'occasions spéciales et contribuer à la réalisation de ce bonheur. [traduction libre]
- > Mon entreprise est encore relativement récente, mais c'est une grande réussite d'avoir créé un produit que les gens adorent. Les commentaires positifs et les publications vantant la qualité de mes glaces sur Instagram sont autant de petites victoires. Ces attentions me touchent, car je travaille fort pour créer un produit de cette qualité. [traduction libre]

De quoi avez-vous besoin pour que votre entreprise atteigne ses objectifs au cours des trois prochaines années?

Les entrepreneures noires ont été invitées à détailler les objectifs commerciaux qu'elles souhaitent atteindre au cours des trois prochaines années. La majorité des candidates vise un changement d'échelle. Elles ont ensuite donné des précisions sur les ressources dont elles estiment avoir besoin pour atteindre ces objectifs commerciaux. Parmi les ressources évoquées figurent les services courants de soutien aux entreprises, le financement et le recrutement de personnel.

SERVICES DE SOUTIEN AUX ENTREPRISES ET MENTORAT EN AFFAIRES

Les services de conseil aux entreprises et le mentorat sont des leviers essentiels qui permettent de soutenir les entrepreneures au démarrage et lors du développement de leur entreprise. Le mentorat offre aux entrepreneures la possibilité de témoigner de leurs expériences positives, d'inspirer d'autres femmes et de leur transmettre des solutions grâce auxquelles elles pourront surmonter les obstacles qui entravent la croissance de leur entreprise. Plusieurs entrepreneures expliquent ainsi :

- > *Ressources et outils nécessaires : 1. Plan d'affaires, 2. Mentorat en affaires et formation, 3. Conseiller financier attitré 4. Nouveaux marchés, investisseurs et capitaux. [traduction libre]*
- > *Je pense que mon entreprise pourrait à 100 % tirer avantage d'une meilleure stratégie de communication et de promotion. Il faut que je renforce ma présence sur les médias sociaux. En résumé, j'ai besoin d'une personne qui pourrait analyser la situation et identifier*

les lacunes de mon entreprise, qui pourrait proposer des axes d'amélioration et qui m'expliquerait de quelle manière je pourrais maximiser mes revenus. [traduction libre]

FINANCEMENT

De nombreuses entrepreneures ont indiqué avoir besoin de capitaux supplémentaires pour créer et développer leur entreprise. Ces fonds feraient office d'investissement de départ pour les entreprises en démarrage, mais permettraient également de financer l'expansion des entités existantes. Beaucoup d'entrepreneures emploieraient ces capitaux pour renforcer leurs activités commerciales et leur présence en ligne. D'autres achèteraient des ingrédients ou des pièces de qualité pour leurs produits. En outre, nombre d'entrepreneures ont souligné avoir besoin de ces fonds pour recruter du personnel, et retenir les services de mentors spécialisés et de conseillers externes.

- > *Il me faut trouver des fonds supplémentaires pour atteindre mes objectifs et mettre en place une campagne publicitaire, attirer des talents, trouver des locaux, conquérir des client.e.s et recruter des employé.e.s. [traduction libre]*
- > *Si j'avais davantage de moyens, je pourrais commander plus d'échantillons de produits et disposer de stocks suffisants. [traduction libre]*
- > *Un soutien financier me permettrait d'accepter des volumes de commandes plus élevés et de conserver mes employés pour m'y aider. J'ai besoin de fonds pour recruter du personnel, couvrir les dépenses publicitaires, et retenir les services d'un auditeur externe pour déterminer les axes d'amélioration de mon entreprise. [traduction libre]*
- > *Il nous faut en premier lieu trouver un financement pour lancer la version complète de notre boutique en ligne. Ce financement couvrira les frais d'acquisition de nos emballages écoresponsables et*

d'ingrédients de qualité, ce qui nous permettra d'attirer les consommateurs.trices sur nos marchés cibles. [traduction libre]

- > *Pour atteindre nos objectifs, il nous faut trouver un financement et retenir les services d'un mentor. Nous aimerions avoir les fonds nécessaires pour réaliser ces investissements et obtenir des conseils sur la marche à suivre pour aborder au mieux la phase de croissance, en prenant exemple sur les entrepreneurs qui ont emprunté le même parcours. [traduction libre]*

AIDE POUR GÉRER LE PERSONNEL ET LES COLLABORATEURS

Pour être viable, une entreprise doit pouvoir embaucher du personnel, à titre occasionnel, à temps partiel ou à temps plein. Parmi les entrepreneures noires incluses dans l'échantillon à l'étude, bon nombre souhaitent employer des travailleurs occasionnels/temporaires (63,1 p. 100), des travailleurs permanents à temps partiel (69,4 p. 100) ou des travailleurs permanents à temps plein (74,8 p. 100). Plusieurs entrepreneures ont exprimé le besoin d'embaucher du personnel général et spécialisé :

- > *Pour mener à bien ces tâches diverses, il me faudrait recruter (ou solliciter les conseils) de personnes possédant des compétences touchant aux différents domaines de mon activité. [traduction libre]*
- > *Une aide financière serait plus que bienvenue : elle me permettrait d'embaucher du personnel qui m'aiderait à développer la marque et à fidéliser les clients. J'aimerais aussi que l'on puisse enfin enrayer cette pandémie. J'aurais besoin de personnel et de ressources techniques pour concevoir des outils (des guides, des manuels, etc.) et améliorer les systèmes. [traduction libre]*

> *Il me faut faire preuve de ténacité, de volonté, de patience, de persévérance, d'amour, de sagesse et d'acceptation pour y arriver. Mais pour atteindre ces objectifs, il nous faut recruter plus d'employés, et cela passe par un soutien financier. [traduction libre]*

Un grand nombre d'entrepreneures souhaiteraient bénéficier du savoir-faire de spécialistes divers, comme des conseillers ou des avocats-conseils. Une entrepreneure a ainsi indiqué avoir besoin de conseils juridiques pour exploiter son activité dans le respect de la législation : « *Nous souhaitons engager un avocat-conseil pour mieux comprendre les formalités à accomplir (permis, etc.) pour pouvoir mener une activité de vente d'alcool dans cette province.* » [traduction libre]

Quelle incidence la pandémie a-t-elle eue sur votre entreprise?

Interrogées sur les répercussions de la pandémie de COVID-19, nombre d'entrepreneures ont répondu avoir eu du mal à générer des ventes et à remplir les objectifs financiers de l'année, et avoir subi le contrecoup des perturbations ayant touché la chaîne d'approvisionnement. Certaines entrepreneures ont dû basculer leur activité en ligne et renforcer leur présence sur Internet, que ce soit au travers de leur site Web ou des médias sociaux. Si beaucoup d'entrepreneures noires ont subi les multiples répercussions négatives de la pandémie de COVID-19, elles sont aussi nombreuses à s'être pliées avec succès à cette transition numérique pour répondre aux besoins de leurs clients.

RALENTISSEMENT DE L'ACTIVITÉ

Face à la pandémie, bon nombre d'entrepreneures se sont vues contraintes de modifier leur calendrier de développement et de revoir à la baisse leurs projections de croissance. Le plus souvent, les

entrepreneures ont dû repenser leurs stratégies, voire réinventer leur activité, pour remédier aux problèmes engendrés par la pandémie, comme la difficulté à garder le contact et à maintenir la proximité avec les consommateurs.

- > *La pandémie a eu une incidence sur trois aspects majeurs de la vie de mon entreprise : la croissance financière, la position commerciale et les échéances. [traduction libre]*
- > *La pandémie a bouleversé ma stratégie de communication et l'expansion de mes activités. Les pertes financières que j'ai subies n'ont pas mis en péril mon entreprise, mais je n'ai pas rempli les objectifs fixés pour l'année 2020, car il m'a fallu repenser ma stratégie et remettre à plus tard les actions qui devaient contribuer à remplir ces objectifs. [traduction libre]*

INTERRUPTIONS DE L'ACTIVITÉ

Les entrepreneures noires ont également été affectées par la fermeture des entreprises et l'interruption des services sur lesquels repose leur chaîne d'approvisionnement. En raison de cet effet domino, certaines entrepreneures ont eu des difficultés à maintenir leurs activités de production et assurer la prestation de leurs services, mais aussi à attirer de nouveaux clients. Plusieurs entrepreneures témoignent de ces difficultés :

- > *Au moment du confinement, la plupart des restaurants ont fermé leurs portes, y compris celui dans lequel j'avais prévu d'organiser un événement éphémère. En raison des restrictions de rassemblement, certains de ces événements ont été annulés, alors qu'ils sont l'occasion pour moi de distribuer des échantillons, de réaliser des ventes physiques et de faire la promotion de mes produits. [traduction libre]*

> *Lorsque j'ai enregistré ma société en février, je comptais faire la tournée des foires commerciales et des marchés destinés aux entreprises détenues par des personnes noires. Ces événements physiques sont la plateforme de vente par excellence pour mes produits, car les acheteurs peuvent voir mes cartes, les manipuler et apprécier leur qualité. À l'époque, je n'envisageais pas vraiment de vendre mes cartes en ligne, car je pensais que les gens seraient immédiatement séduits et les achèteraient en les voyant. [traduction libre]*

> *Mon activité a beaucoup souffert de la pandémie, car nous n'avons pas pu être présents sur les marchés fermiers et lors des événements organisés pendant l'été pour promouvoir nos épices. Chaque année, à partir du printemps, nous faisons découvrir nos produits à l'occasion de divers événements culturels. Nous organisons des barbecues pour que le public puisse goûter nos épices. C'est de cette manière que nous nous faisons connaître auprès des consommateurs et que nous réalisons nos ventes. Malheureusement, la pandémie a tout arrêté, ce qui a entraîné une baisse considérable de nos ventes. [traduction libre]*

FERMETURE DE CERTAINS SERVICES

En raison de la pandémie, certains organismes ont dû fermer leurs portes, ce qui a occasionné des retards dans la prestation de services à l'échelle de tout le pays. Ces fermetures ont directement affecté les entrepreneures du secteur tertiaire et ont amplifié l'incertitude et les risques avec lesquels devaient déjà composer les entreprises qui avaient pu maintenir la prestation de leurs services. L'une de ces femmes explique ainsi :

La prestation de services à la personne était interdite pendant le confinement. Je n'ai donc pas pu poursuivre mon activité. Cette situation a causé un préjudice considérable à mon entreprise. À cela s'ajoute l'angoisse de proposer des services en pleine pandémie; il m'a fallu être extrêmement vigilante afin d'éviter tout risque de contamination, pour moi comme pour ma clientèle. [traduction libre]

La fermeture des entreprises du secteur tertiaire a souvent affecté par ricochet les entreprises dont la chaîne d'approvisionnement s'appuie sur les prestations de ce secteur. Une femme témoigne ainsi :

La pandémie a perturbé le processus d'intégration à notre plateforme. Les prestataires de services n'étaient à l'époque pas autorisés à recevoir de clients et n'avaient donc aucune intention d'étoffer leur portefeuille de client.e.s et de se faire connaître par ces derniers. Le nombre d'inscriptions à notre plateforme a chuté, ce qui a entraîné une diminution du nombre d'utilisateurs.trices actif.ve.s quotidien.ne.s et nous a contraintes à reporter le lancement de la fonctionnalité payante de notre activité. [traduction libre]

En fin de compte, les entreprises détenues par des entrepreneures noires ont été affectées, de manière directe et indirecte, par les fermetures consécutives à la pandémie. Beaucoup d'entrepreneures ont dû se résoudre à adapter leur activité et ont remis en question leur modèle économique pour pouvoir maintenir une certaine proximité avec les consommateurs.trices.

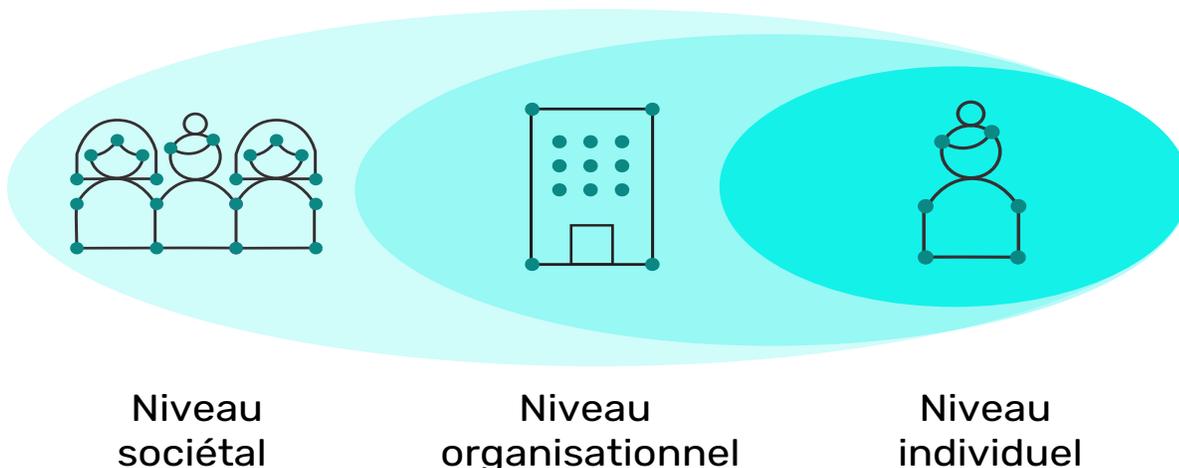
Pistes d'action

Les conclusions de la présente étude confirment que l'adoption d'une approche systémique s'impose lorsqu'il s'agit de comprendre les problèmes auxquels se heurtent les entrepreneures noires. L'approche systémique implique la mise en œuvre de stratégies intégrées et délibérées de soutien aux entrepreneures noires. Ces stratégies sont essentielles à tous les niveaux de l'écosystème. Le présent rapport formule en outre plusieurs recommandations qui visent à améliorer la position des entrepreneures noires au sein de l'écosystème entrepreneurial, dont les

niveaux sont organisés selon un modèle écologique critique. Le cadre écologique critique fournit une grille d'analyse à travers laquelle il est possible de délimiter et d'étudier avec précision les obstacles qui entravent le parcours des entrepreneures noires, ainsi que d'autres types de problèmes sous-jacents à l'écosystème entrepreneurial aux niveaux macro, méso et micro.

FIGURE 14

Le modèle de l'écosystème



Mesures à prendre pour soutenir les entrepreneures noires

AU NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ

- > Lutter contre le racisme envers les personnes noires et déconstruire les stéréotypes qui associent le concept d'entrepreneuriat aux hommes blancs travaillant dans le secteur de la technologie
- > Mettre en valeur les entrepreneures noires, célébrer leur réussite et ériger en modèles les entrepreneures prospères de la communauté noire
- > Dénoncer activement les préjugés et les stéréotypes liés à l'entrepreneuriat et aux femmes noires qui sont véhiculés dans les médias
- > Faire entendre la voix d'un plus grand nombre d'entrepreneures noires
- > Recueillir des données ventilées sur les entrepreneures noires afin de suivre leur cheminement
- > Encourager la mise en place de mesures de soutien aux entrepreneures noires, comme les investissements ciblés, les programmes d'approvisionnement préférentiels, les microsubventions et les services de garde d'enfants
- > Fournir un accès aux technologies, en veillant à les rendre plus abordables, à améliorer les compétences et à assurer la disponibilité des outils
- > Faire en sorte, grâce à une approche intersectionnelle, que les programmes publics de soutien et de financement profitent équitablement à chaque personne

AU NIVEAU DES ORGANISMES

- > Diffuser, par l'intermédiaire des instances de décision, un argumentaire en faveur d'une plus grande diversité (notamment au sein des sociétés de capital-risque, des institutions financières et des incubateurs)
- > Recueillir des données ventilées sur les difficultés que rencontrent les entrepreneures noires en matière d'accès au financement, aux programmes, aux ressources et à d'autres services de soutien
- > Privilégier l'analyse comparative et la gestion par objectifs
- > Dénoncer les stéréotypes liés à l'exercice des fonctions de direction
- > Concevoir des programmes consacrés au réseautage, à l'acquisition de compétences et à d'autres sujets, ainsi que des ateliers thématiques visant spécifiquement les entrepreneures noires
- > Offrir aux entrepreneures noires des solutions de financement pérennes par le biais d'un fonds à long terme administré par la communauté noire
- > Garantir une plus grande diversité au sein des instances dirigeantes des organismes des secteurs public et privé et veiller à ce que les femmes noires aient accès aux fonctions à responsabilité
- > Créer des services de garde d'enfants réservés aux entrepreneur.e.s
- > Proposer des offres d'approvisionnement inclusives et renforcer la chaîne de valeur afin de donner aux entrepreneures noires la possibilité de vendre leurs produits aux secteurs public et privé
- > Développer la filière d'entrepreneures noires en encourageant la mise en place de partenariats, en étoffant les relations avec les organismes publics et en menant des actions de sensibilisation

AU NIVEAU DES INDIVIDUS

- > Promouvoir l'entrepreneuriat comme une option de carrière pour les femmes noires
- > Lutter contre les microagressions procédant de stéréotypes et de préjugés fondés sur les définitions traditionnelles de l'entrepreneuriat et de l'innovation
- > Mettre en commun les pratiques exemplaires d'autres femmes noires qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat afin de favoriser la mutualisation des savoirs
- > Trouver une mentore, servir de mentore
- > Créer des réseaux de relations et exploiter sa sphère d'influence
- > Fournir des services de formation et d'aide au développement des PME spécifiquement conçus pour les femmes et pour les personnes racisées
- > Partager des exemples de réussite et d'échecs, et aider les femmes noires à apprendre de leurs erreurs et à progresser

Conclusion

Le présent rapport passe en revue les industries et les secteurs dans lesquels travaillent la majorité des entrepreneures noires de l'échantillon étudié. Leurs entreprises sont pour l'essentiel des jeunes pousses ou des entités existantes depuis un an ou moins (36,4 p. 100) et appartiennent au secteur des biens et services de consommation (16,9 p. 100). Il met ensuite en évidence les caractéristiques de ces entreprises, y compris leur chiffre d'affaires annuel (93,4 p. 100 d'entre elles génèrent moins de 100 000 dollars par an), et dresse le profil démographique des entrepreneures candidates en examinant leur âge (40 p. 100 d'entre elles ont entre 25 et 34 ans) et leur niveau d'instruction (la majorité, soit 62,7 p. 100, est titulaire d'un baccalauréat ou d'un diplôme de niveau supérieur).

De nombreuses entrepreneures noires de l'échantillon ont mis en relief les raisons qui les ont poussées à se lancer dans l'entrepreneuriat. L'analyse des données quantitatives montre que les femmes noires se lancent dans l'entrepreneuriat pour proposer des produits ou des services (87,9 p. 100), pour bénéficier d'une plus grande souplesse dans leur vie professionnelle (73,1 p. 100) ou pour saisir une occasion inattendue (61,3 p. 100). L'analyse des données qualitatives lève le voile sur d'autres facteurs incitatifs : l'influence de la famille et de la communauté, les expériences (négatives comme positives) et la passion, ainsi que la souplesse et la liberté.

La recherche a mis en évidence les écueils auxquels se heurtent les entrepreneures noires dans l'exploitation et l'expansion de leur entreprise, à savoir l'accès au financement, le coût du recours à l'emprunt, ainsi que l'accès aux capitaux (propres ou autres). La pandémie de COVID-19 a

aggravé ces problèmes, qui font obstacle au développement et à la croissance des entreprises. Parmi les entrepreneures noires incluses dans l'échantillon étudié, nombreuses sont celles qui ont dû renforcer leur présence en ligne et qui ont enregistré l'annulation de commandes et d'événements, limité leurs dépenses en raison de l'incertitude économique, et fait face à une baisse des ventes, au ralentissement et aux interruptions de l'activité, ainsi qu'à la fermeture de nombreux services.

Malgré ces difficultés, les entrepreneures noires dirigent aujourd'hui des entreprises à succès, et ont à leur actif une variété de réussites professionnelles. Parmi les plus importantes figurent le succès entrepreneurial (y compris le fait d'avoir eu le courage de se lancer dans l'entrepreneuriat – pendant une pandémie de surcroît – et les commentaires positifs sur leurs produits ou services qu'elles proposent), leur capacité à innover et à concevoir des produits, et un sentiment d'épanouissement personnel global.

Enfin, le présent rapport souligne qu'il est essentiel de poursuivre l'action en faveur des entrepreneures noires du Canada, de les soutenir par l'intermédiaire de services de conseils professionnels et de programmes de mentorat, de répondre à leurs besoins en matière de financement, et de leur fournir une aide en matière de gestion du personnel et des collaborateurs. Il met en lumière l'expérience singulière des entrepreneures noires au Canada et les entreprises exceptionnelles qu'elles ont créées. Alors que les entrepreneures noires s'investissent pleinement dans l'économie canadienne et dans la relance postpandémie, il est urgent de mettre en œuvre des stratégies de soutien intégrées et délibérées afin de les aider à créer et développer leur entreprise, et ainsi porter le Canada vers une croissance inclusive et durable.

Références

- 1 Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, *Bâtir la solidarité et la collaboration pour soutenir les femmes africaines, caribéennes et noires cheffes d'entreprise pendant la COVID-19*, Black Business and Professional Association, Casa Foundation et de Sedulous Women Leaders, 2020, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/03/Batir_la_solidarite_et_la_collaboration_pour_soutenir_les-femmes.pdf.
- 2 M. Elmi, N. Spencer, J.-A. Francis, S. Dei, S. Soumare, G. Y. Mo et H. Parameswaran, *État des lieux de l'entrepreneuriat féminin : Pleins feux sur les femmes entrepreneures noires*, Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, 2021, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/02/Etat_des_lieux_de_l-entrepreneuriat_feminin_Entrepreneures_noires.pdf.
- 3 M. Elmi, N. Spencer, J.-A. Francis, S. Dei, S. Soumare, G. Y. Mo et H. Parameswaran, *État des lieux de l'entrepreneuriat féminin : Pleins feux sur les femmes entrepreneures noires*, Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, 2021, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/02/Etat_des_lieux_de_l-entrepreneuriat_feminin_Entrepreneures_noires.pdf.
- 4 C. Watts Smith, *Black mosaic: The politics of Black pan-ethnic diversity*, New York University Press, 2014, p. 69.
- 5 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 6 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 7 J. Mensah, *Black Canadians: History, Experience, Social Conditions*, deuxième édition, Fernwood Publishing, 2010.
- 8 Statistique Canada, *Évolution de la situation socioéconomique de la population noire au Canada, 2001 à 2016*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020001-fra.htm>.
- 9 The Black Experience Project, *The Black Experience Project in the GTA: An overview report*, 2017, https://www.environmentalinstitute.org/docs/default-source/project-documents/black-experience-project-gta/black-experience-project-gta---1-overview-report.pdf?sfvrsn=553ba3_2.
- 10 The Black Experience Project, *The Black Experience Project in the GTA: An overview report*, 2017, https://www.environmentalinstitute.org/docs/default-source/project-documents/black-experience-project-gta/black-experience-project-gta---1-overview-report.pdf?sfvrsn=553ba3_2.
- 11 Chambre de commerce noire du Canada, *Building Black businesses in Canada : Personas, perceptions and experiences*, 2021, https://www.blackchamber.ca/wp-content/uploads/2021/03/Building-Black-Businesses-in-Canada-_Feb-27-2021.pdf.
- 12 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience*, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.
- 13 Diversity Institute, *DiversityLeads: Diverse representation in leadership: A review of eight Canadian cities*, 2020, https://www.ryerson.ca/diversity/reports/DiversityLeads_2020_Canada.pdf.
- 14 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience*, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.
- 15 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience*, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.
- 16 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience*, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.
- 17 Statistique Canada, *Étude : Aperçu de l'expérience des Canadiens noirs sur le marché du travail pendant la pandémie*, 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210224/dq210224b-fra.htm>.
- 18 A. H. Wingfield, *Doing Business with Beauty: Black Women, Hair Salons, and the Racial Enclave Economy*, Lanham (Maryland), Rowman & Littlefield, 2008.
- 19 L. Lo, V. Preston, S. Wang, K. Reil, E. Harvey et B. Siu, *Immigrants' economic status in Toronto : Rethinking settlement and integration strategies*, Centre d'excellence conjoint pour la recherche en immigration et en intégration, document de travail n° 15, Université York, 2000.
- 20 A. H. Wingfield et T. Taylor, "Race, gender, and class in entrepreneurship: Intersectional counterframes and Black business owners", *Ethnic and Racial Studies*, vol. 39, n° 9, 2016, p. 1676-1696.

- 21 Chambre de commerce noire du Canada, *Building Black businesses in Canada : Personas, perceptions and experiences*, 2021, https://www.blackchamber.ca/wp-content/uploads/2021/03/Building-Black-Businesses-in-Canada-_Feb-27-2021.pdf.
- 22 Chambre de commerce noire du Canada, *Building Black businesses in Canada : Personas, perceptions and experiences*, 2021, https://www.blackchamber.ca/wp-content/uploads/2021/03/Building-Black-Businesses-in-Canada-_Feb-27-2021.pdf.
- 23 Statistique Canada, *Étude : Aperçu de l'expérience des Canadiens noirs sur le marché du travail pendant la pandémie*, 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210224/dq210224b-fra.htm>.
- 24 Statistique Canada, *Étude : Aperçu de l'expérience des Canadiens noirs sur le marché du travail pendant la pandémie*, 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210224/dq210224b-fra.htm>.
- 25 Statistique Canada, *Étude : Aperçu de l'expérience des Canadiens noirs sur le marché du travail pendant la pandémie*, 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210224/dq210224b-fra.htm>.
- 26 Statistique Canada, *Étude : Aperçu de l'expérience des Canadiens noirs sur le marché du travail pendant la pandémie*, 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210224/dq210224b-fra.htm>.
- 27 M. Elmi, N. Spencer, J.-A. Francis, S. Dei, S. Soumare, G. Y. Mo et H. Parameswaran, *État des lieux de l'entrepreneuriat féminin : Pleins feux sur les femmes entrepreneures noires*, Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, 2021, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/02/Etat_des_lieux_de_l-entrepreneuriat_feminin_Entrepreneures_noires.pdf.
- 28 Chambre de commerce noire du Canada, *Building Black businesses in Canada : Personas, perceptions and experiences*, 2021, https://www.blackchamber.ca/wp-content/uploads/2021/03/Building-Black-Businesses-in-Canada-_Feb-27-2021.pdf.
- 29 Black Business and Professional Association, *Summary of preliminary findings from BBPA COVID-19 survey*, 2020, <https://bbpa.org/wp-content/uploads/2020/05/black-business-survey-by-the-bbpa.pdf>.
- 30 Statistique Canada, *Étude : Aperçu de l'expérience des Canadiens noirs sur le marché du travail pendant la pandémie*, 2021, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210224/dq210224b-fra.htm>.
- 31 Cité de Toronto, *Black-led businesses in Toronto: Building opportunities for growth and prosperity*, Black Business and Professionals Council Advisory Body of the City of Toronto et cité de Toronto, 2015, <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/11/8ff2-EDC-Black-led-Businesses-Toronto.pdf>.
- 32 Cité de Toronto, *Black-led businesses in Toronto: Building opportunities for growth and prosperity*, Black Business and Professionals Council Advisory Body of the City of Toronto et cité de Toronto, 2015, <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/11/8ff2-EDC-Black-led-Businesses-Toronto.pdf>.
- 33 Cité de Toronto, *Black-led businesses in Toronto: Building opportunities for growth and prosperity*, Black Business and Professionals Council Advisory Body of the City of Toronto et cité de Toronto, 2015, <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/11/8ff2-EDC-Black-led-Businesses-Toronto.pdf>.
- 34 W. Cukier, S. Gagnon, B. Blanchette, Z. Hassannezhad, M. Elmi et A. Atputharajah, *S'inspirer. Se réaliser. Femmes entrepreneures – Au-delà des stéréotypes*, Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/11/S_inspirer_Se_realiser_.pdf.
- 35 A. Nkrumah, "Ghanaian Female Immigrant Entrepreneurs in Canada: Experiences, Challenges, and Coping Strategies", *Open Journal of Social Sciences*, vol. 4, 2016, p. 59–78.
- 36 N. Spencer et J. Francis-Walker, « Obstacles et opportunités : L'esprit d'entreprise des Noirs au Canada », *Diversité canadienne*, vol. 17, n° 4, 2020, p. 60–69.
- 37 M. Elmi, N. Spencer, J.-A. Francis, S. Dei, S. Soumare, G. Y. Mo et H. Parameswaran, *État des lieux de l'entrepreneuriat féminin : Pleins feux sur les femmes entrepreneures noires*, Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, 2021, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/02/Etat_des_lieux_de_l-entrepreneuriat_feminin_Entrepreneures_noires.pdf.
- 38 A. Nkrumah, "Ghanaian Female Immigrant Entrepreneurs in Canada: Experiences, Challenges, and Coping Strategies", *Open Journal of Social Sciences*, vol. 4, 2016, p. 59–78.
- 39 A. Harvey, "Becoming entrepreneurs: Intersections of race, class, and gender at the Black beauty salon", *Gender & Society*, vol. 19, n° 6, 2005, p. 789–808.

- 40 A. Harvey, "Becoming entrepreneurs: Intersections of race, class, and gender at the Black beauty salon", *Gender & Society*, vol. 19, n° 6, 2005, p. 789–808.
- 41 N. Spencer et J. Francis-Walker, « Obstacles et opportunités : L'esprit d'entreprise des Noirs au Canada », *Diversité canadienne*, vol. 17, n° 4, 2020, p. 60–69.
- 42 A.H. Wingfield et T. Taylor, "Race, gender, and class in entrepreneurship: Intersectional counterframes and Black business owners", *Ethnic and Racial Studies*, vol. 39, n° 9, 2016, p. 1676–1696.
- 43 M. Elmi, N. Spencer, J.-A. Francis, S. Dei, S. Soumare, G. Y. Mo et H. Parameswaran, *État des lieux de l'entrepreneuriat féminin : Pleins feux sur les femmes entrepreneures noires*, Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, 2021, https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/02/Etat_des_lieux_de_l-entrepreneuriat_feminin_Entrepreneures_noires.pdf.
- 44 A. Nkrumah, "Ghanaian Female Immigrant Entrepreneurs in Canada: Experiences, Challenges, and Coping Strategies", *Open Journal of Social Sciences*, vol. 4, 2016, p. 59–78.
- 45 J. Cretchley, D. Rooney et C. Gallois, « Mapping a 40-year history with Leximancer: Themes and concepts in the Journal of Cross-Cultural Psychology », *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 41, n° 3, 2010, p. 318–328.
- 46 J. Cretchley, D. Rooney et C. Gallois, "Mapping a 40-year history with Leximancer: Themes and concepts in the Journal of Cross-Cultural Psychology", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 41, n° 3, 2010, p. 318–328.
- 47 J. Cretchley, D. Rooney et C. Gallois, "Mapping a 40-year history with Leximancer: Themes and concepts in the Journal of Cross-Cultural Psychology", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 41, n° 3, 2010, p. 318–328.
- 48 Statistique Canada, *Profil du recensement, Recensement de 2016*, 2016, <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=PR&Code1=01&Geo2=PR&Code2=01&SearchText=Canada&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=Visible%20minority&TABID=1&type=0>.
- 49 Statistique Canada, *Profil du recensement, Recensement de 2016*, 2016, <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=PR&Code1=01&Geo2=PR&Code2=01&SearchText=Canada&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=Visible%20minority&TABID=1&type=0>.
- 50 Statistique Canada, *Fichier de microdonnées à grande diffusion (FMGD) du Recensement de 2016, Fichier hiérarchique*, Microdonnées à grande diffusion : 98M0002X, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/98M0002X>.
- 51 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 52 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 53 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 54 Statistique Canada, Recensement de la population de 2016, consultation au moyen d'<odesi>.
- 55 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience, Série thématique sur l'ethnicité*, la langue et l'immigration, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.
- 56 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 57 Statistique Canada, *Diversité de la population noire au Canada : un aperçu*, Série thématique sur l'ethnicité, la langue et l'immigration, 2019, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2019002-fra.htm>.
- 58 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience, Série thématique sur l'ethnicité*, la langue et l'immigration, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.
- 59 Statistique Canada, *La population noire au Canada : éducation, travail et résilience, Série thématique sur l'ethnicité*, la langue et l'immigration, 2020, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2020002-fra.htm>.

