

**Libérer
des possibilités :
Les femmes
entrepreneures et
leurs relations
bancaires**



Sponsorisé par :



Women Entrepreneurship
Knowledge Hub
Portail de connaissances
pour les femmes
en entrepreneuriat

TED
ROGERS
SCHOOL
OF MANAGEMENT

DiVERSITY
INSTITUTE

Sponsorisé par :



[SITE WEB](#)

La Banque Toronto-Dominion et ses filiales sont désignées collectivement par l'appellation Groupe Banque TD (la «TD» ou la «Banque»). La TD est la sixième banque en importance en Amérique du Nord en fonction de son actif et elle offre ses services à 28,1 millions de clients. Ces services sont regroupés dans quatre principaux secteurs qui exercent leurs activités dans plusieurs centres financiers dans le monde : Services bancaires personnels et commerciaux au Canada, y compris TD Canada Trust et Financement auto TD au Canada ; Services bancaires aux États-Unis, y compris Financement auto TD aux États-Unis et Gestion de patrimoine TD aux États-Unis ; Gestion de patrimoine et Assurance, y compris Gestion de patrimoine TD au Canada, Placements directs TD et TD Assurance ; et Services bancaires de gros, y compris Valeurs Mobilières TD et TD Cowen. En outre, la TD figure parmi les principales banques numériques en Amérique du Nord, avec plus de 13 millions d'utilisateurs actifs du service mobile au Canada et aux États-Unis. Au 30 avril 2026, les actifs de la TD totalisaient 2,1 billions de dollars. La Banque Toronto-Dominion est inscrite à la Bourse de Toronto et à la Bourse de New York sous le symbole «TD».



Women
Entrepreneurship
Knowledge Hub

wekh.ca
[@wekh_pcfe](https://twitter.com/wekh_pcfe)
DI.WEKH@TORONTOMU.CA

TED
ROGERS
SCHOOL
OF MANAGEMENT

DI
VERSITY
INSTITUTE

Le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE) est un réseau national et une plateforme numérique accessible de partage de recherches et de ressources, et de stratégies de pointe. Comptant 10 centres régionaux et un réseau de plus de 250 organisations, le PCFE est conçu pour répondre aux besoins des femmes entrepreneures issues de la diversité dans toutes les régions et tous les secteurs.

Ayant le soutien du gouvernement du Canada, le PCEF diffuse son expertise d'un océan à l'autre, permettant aux prestataires de services, universitaires, gouvernements et industries d'accroître leur soutien aux femmes entrepreneures. Le Diversity Institute de la Toronto Metropolitan University, en collaboration avec la Ted Rogers School of Management, dirige une équipe de recherche, d'organisations de soutien aux entreprises et de parties prenantes clés afin de créer un environnement plus inclusif et favorable à la croissance de l'entrepreneuriat féminin au Canada.

Women Entrepreneurship Strategy

Le gouvernement du Canada favorise l'autonomisation économique des femmes grâce à la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE). Lancée en 2018, la SFE repose sur une approche pangouvernementale visant à accroître l'accès des entreprises détenues par des femmes au financement, aux talents, aux réseaux et à l'expertise dont elles ont besoin pour démarrer, prendre de l'expansion et accéder à de nouveaux marchés. Coordonnée par Innovation, Sciences et Développement économique Canada, la SFE représente près de 7 milliards de dollars en investissements et en engagements provenant de près de 20 ministères, organismes et sociétés d'État fédéraux. Dans le cadre du Budget de 2021, le gouvernement du Canada a annoncé des investissements de 146,9 millions de dollars sur quatre ans, à compter de 2021-2022, afin de renforcer davantage la SFE.

Sponsors

Les commanditaires de ce projet comprennent TD, Innovation, Sciences et Développement économique Canada et le Conseil de recherches en sciences humaines.

Canada

Autrices et auteur

Wendy Cukier

Fondatrice et directrice académique,
Diversity Institute
Professeure, entrepreneuriat et innovation,
Toronto Metropolitan University

Zohreh H. Chavoushi

Ancienne associée principale de recherche
Diversity Institute

Vivian Leung

Assistante de recherche
Diversity Institute

Rongwei Man

Assistant de recherche
Diversity Institute

Ont contribué

Liam Donaldson

Associé de recherche
Diversity Institute

Fatima Darat

Assistante de projet
Diversity Institute

Alisha Khan

Assistante de projet
Diversity Institute

Date de publication

Juin 2026.





Table des matières

<u>Sommaire</u>	<u>i</u>
<u>Introduction</u>	<u>1</u>
<u>Contexte : les femmes entrepreneures au Canada</u>	<u>3</u>
<u>Les résultats</u>	<u>8</u>
<u>Conclusion et recommandations</u>	<u>32</u>
<u>Annexes</u>	<u>35</u>
<u>Références</u>	<u>42</u>

Sommaire

Introduction

Les femmes entrepreneures sont des moteurs importants de la croissance économique du Canada, car les entreprises majoritairement détenues par des femmes génèrent plus de 90 milliards de dollars de revenus. Les femmes progressent dans des secteurs traditionnellement dominés par les hommes. Cependant, les entreprises détenues par des femmes ont tendance à être plus petites, 92,7 % employant moins de 20 personnes. Seules 1 à 2 % des femmes entrepreneures possèdent des entreprises ayant un chiffre d'affaires annuel supérieur à 1 million de dollars, et 37,1 % gagnent moins de 50 000 dollars par an. Les perspectives intersectionnelles sont importantes, car les femmes entrepreneures autochtones, noires, racisées, immigrées et autres femmes issues de la diversité font souvent face à des obstacles additionnels. Les femmes entrepreneures démontrent un important engagement envers les missions sociales et environnementales (99,2 %).

L'accès aux services financiers demeure un des principaux défis pour les femmes entrepreneures. Le capital est essentiel non seulement pour lancer une entreprise, mais aussi pour la faire évoluer et la faire croître. Les entrepreneures ont besoin de capital suffisant pour investir dans les talents, moderniser les infrastructures et maintenir leur compétitivité sur le marché. Cependant, les recherches montrent que les femmes lancent généralement leur entreprise avec

53 % de capital de moins que les hommes. En retour, les femmes soutiennent souvent leurs propres coûts de démarrage (84 %) grâce à des économies personnelles, des cartes de crédit ou le soutien de leur famille et de leurs amis. Cela peut limiter leur capacité à saisir des opportunités de croissance et les rendre plus vulnérables aux ralentissements économiques. Pour combler cet écart, les programmes et initiatives sensibles au genre peuvent offrir un financement ciblé, des réseaux de paires/pairs et du mentorat, ainsi que du soutien au développement.

Cette étude vise à aider l'initiative Femmes en entreprise de la TD à comprendre les expériences des femmes entrepreneures lors du financement de leurs entreprises et les besoins qu'elles ont, notamment en ce qui concerne les banques. Cette étude s'appuie sur une approche mixte, comprenant un sondage quantitatif auprès de 153 femmes entrepreneures et des entretiens semi-structurés avec 13 femmes entrepreneures. Parmi les répondantes au sondage, 38 % se sont identifiées comme vivant avec un handicap, 35 % sont racisées, 24 % sont immigrées, 21 % se sont identifiées comme membres de la communauté 2ELGBTQ+ et 23 % comme Autochtones.

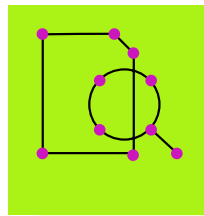
Les résultats

Les expériences en matière de financement

Le rapport a identifié plusieurs défis auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées

en matière de financement. Les résultats du sondage ont révélé que 83 % des répondantes rencontraient au moins un obstacle significatif lorsqu'elles traitaient avec les institutions financières.

- **Préjugé lié au genre** – Des préjugés liés au genre persistants influencent l'accès des femmes entrepreneures au financement. Le défi le plus courant rapporté par les répondantes au sondage est le préjugé lié au genre (45 %).
- **Conditions générales** – Les répondantes ont déclaré avoir payé des taux d'intérêt ou des frais plus élevés (34 %) et être soumises à des exigences de garantie plus élevées (33 %).
- **Préjugés dans le processus de demandes** – Les participantes aux entretiens ont également souligné que les processus automatisés de demande de prêt reposent sur des données qui désavantagent les femmes.
- **Intersectionnalité et cumul d'obstacles** – Les femmes ayant des identités croisées, comme la race, l'orientation sexuelle, le handicap ou le statut migratoire, font face à des obstacles accrus. Les participantes aux entretiens ont décrit leurs expériences, comme le fait d'être rejetées, de ne pas être prises au sérieux et d'être confrontées à des préjugés liés à leurs identités croisées.
- **Aversion au risque et crainte de l'endettement** – Lors des entrevues, les participantes ont souligné que les femmes hésitent souvent à chercher du financement parce qu'elles craignent l'endettement et les conséquences négatives de ne pas pouvoir le rembourser. Beaucoup de femmes dépendent de leurs fonds personnels ou évitent complètement de chercher du financement.



Le rapport a mis en évidence plusieurs défis auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées en matière de financement. Les résultats du sondage ont révélé que 83 % des personnes répondantes ont rencontré au moins un obstacle important dans leurs relations avec les institutions financières.

Les expériences et les besoins en services bancaires

- **Préférence pour la banque numérique** – La plupart des répondantes (84,6 %) utilisent les services bancaires en ligne ou mobiles chaque jour ou chaque semaine et ont une préférence marquée pour les canaux numériques plutôt que les méthodes bancaires traditionnelles. Les principales fonctionnalités souhaitées incluent l'intégration numérique de la comptabilité ou de la comptabilité (69 %), l'intégration avec d'autres logiciels d'affaires (65 %), les dépôts mobiles (56 %) et le suivi en temps réel des transactions (51 %).
- **Défis financiers et besoins** – Les trois principaux défis financiers rapportés par les répondantes sont la croissance de l'entreprise (53 %), l'obtention de financement ou de crédit (49 %) et la gestion des flux de trésorerie (47 %). Elles ont également souhaité faire affaire avec des banquiers qui comprennent leurs besoins (72 %). Seules 13,4 % des répondantes ont noté la compréhension des banques des défis des femmes comme étant bonne à élevée. Parmi les autres besoins, on compte des opportunités de réseautage avec d'autres propriétaires d'entreprise (53 %), des

processus de demandes plus simples (52 %) et des conseils financiers spécifiques à un secteur (50 %).

- **Intérêt pour des services bancaires exclusifs pour les femmes** – Soixante et un pour cent des répondantes ont indiqué qu'elles seraient plus susceptibles d'utiliser des produits et services bancaires d'entreprise s'ils étaient spécifiquement conçus pour les femmes. Les aspects les plus valorisés seraient une meilleure compréhension des besoins des femmes entrepreneures (80 %), l'accès à des conseillères ou mentores femmes (77 %), ainsi que du soutien en planification et stratégie d'entreprise (74 %).

Recommandations

- Réviser et mettre à jour les outils automatisés d'évaluation du crédit afin de réduire les écarts involontaires dans les processus d'évaluation des prêts. Les traditionnels « cinq C de crédit » : caractère, capacité, capital, caution/garantie et conditions, sont généralement utilisés pour décider d'un prêt. Cependant, des préjugés inconscients peuvent influencer la manière dont ces critères sont appliqués aux femmes entrepreneures. De plus, les processus habilités par l'IA risquent d'intégrer des préjugés historiques issus des données de prêts passés, contribuant ainsi à des préjugés liés au genre dans le processus de prêt.
- Développer de nouvelles approches de cotes de crédit et des options de garantie conçues pour les entreprises détenues par des femmes.
- Concevoir des produits financiers qui tiennent compte des caractéristiques uniques et des schémas de croissance des entreprises du secteur des services, où les femmes sont fortement représentées.



- Former le personnel des banques sur les préjugés inconscients, le conseil sensible au genre et les contextes uniques des femmes entrepreneures, leur permettant d'offrir un accompagnement clientèle plus efficace et de développer des relations plus solides.
- Faire progresser la représentation des femmes issues de la diversité dans les postes de prise de décision importants, y compris les postes de direction et décisionnels en matière de crédit, car leurs perspectives peuvent améliorer le développement de produits, l'évaluation des risques et la planification stratégique.
- Concevoir des programmes et services intersectionnels qui soutiennent les femmes entrepreneures issues de divers horizons (par exemple, femmes racisées, nouvelles venues, femmes vivant avec un handicap et femmes 2ELGBTQI+). Cela inclut des critères d'éligibilité inclusifs et des services de conseil adaptés à la culture.
- Exploiter des initiatives et programmes axés sur les femmes pour faciliter des opportunités de réseautage à forte valeur ajoutée qui mettent la clientèle en relation

avec des groupes et leaders spécifiques à l'industrie, des leaders d'entreprise à succès et des partenaires potentiels.

- Mettre en place des programmes de mentorat individuel (le format préféré de 61 % des répondantes), qui peuvent renforcer les relations et la fidélité.
 - Développer des communautés en ligne pour un engagement continu, un soutien entre paires/pairs et un partage de connaissances entre les clientes entrepreneures.
 - Offrir des formations et des ressources axées sur les stratégies de croissance, la croissance et la gestion financière pendant les périodes d'expansion afin d'aider les femmes à développer leur entreprise.
 - Mettre en place des programmes de développement des compétences dans les domaines où les femmes déclarent un niveau de confiance plus faible et veiller à ce que les programmes soient accessibles et flexibles.
- Soutenir le développement de cadres de transparence sectoriels et de mécanismes de mesure de l'équité.
 - À l'échelle internationale, le *UK Investing in Women Code* est considéré comme une pratique exemplaire et a inspiré le *Women Entrepreneurs Finance Code* (le WE Finance Code), lancé au sein de la Banque mondiale en 2023. Ce dernier comprend des normes et des mécanismes visant à favoriser l'entrepreneuriat des femmes. Il serait opportun d'envisager de déclarer volontairement des données de prêt ventilées selon des facteurs démographiques pertinents, afin de mieux éclairer l'élaboration des politiques et des programmes.
 - Utiliser les données pour affiner continuellement les services et identifier de nouvelles opportunités de marché dans des segments sous-desservis.

Introduction

Les femmes entrepreneures et les entreprises détenues par des femmes jouent un rôle crucial dans le développement de la résilience économique, de l'innovation et du progrès social au Canada. Cependant, les femmes entrepreneures canadiennes continuent de faire face à des obstacles structurels, culturels et sociaux croisés pour accéder au financement. Bien qu'il existe de nombreuses recherches sur les contributions, les caractéristiques et les défis des femmes entrepreneures au Canada, on connaît moins leurs expériences avec les institutions financières. Cette étude vise à examiner les expériences en matière de services bancaires d'affaires des femmes entrepreneures, les obstacles rencontrés lorsqu'elles cherchent du financement externe, ainsi que les perspectives pour orienter des stratégies afin de mieux soutenir les femmes entrepreneures. Cette étude examine les questions suivantes :

1 *Quelles sont les expériences en matière de services bancaires d'affaires des femmes entrepreneures, et quels facteurs influencent ces expériences ?*

2 *Quels obstacles les femmes entrepreneures rencontrent-elles lorsqu'elles cherchent du financement externe pour leur entreprise ?*

3 *Quelles stratégies ou initiatives les institutions financières pourraient-elles mettre en place pour mieux soutenir les femmes entrepreneures ?*

Pour répondre à ces questions, ce rapport propose un aperçu des recherches actuelles, soutenu par les résultats d'un sondage en ligne et d'entrevues avec des informatrices clés. Le sondage en ligne a été diffusé du 3 juillet 2025 au 5 septembre 2025 auprès des femmes entrepreneures via les responsables régionaux de TD et le réseau du PCEF. Parmi les 231 réponses, 153 participantes ont complété au moins 50 % du sondage.

Les participantes au sondage représentent un profil démographique diversifié. La majorité avait entre 35 et 44 ans (37,3 %) et s'identifiait à plusieurs identités intersectionnelles. Parmi elles, 38 % se sont identifiées comme vivant avec un handicap, 35 % comme racisées, 24 % comme immigrées, 21 % comme membres de la communauté 2ELGBTQI+, 13 % comme Autochtones et 5 % comme nouvellement arrivées. En ce qui concerne l'origine raciale, la plupart des répondantes se sont identifiées comme étant de race blanche (63 %), suivies par les Noires (11 %), Sud-Asiatiques (8 %), personnes du Moyen-Orient (7 %), Autochtones (6 %), Asiatiques de l'Est ou du Sud-Est (5 %) et Latinos (2 %). Les

participantes représentaient également un large éventail d'industries, la plus grande part (23,3 %) œuvrant dans les services professionnels, scientifiques et techniques.

Le sondage a été complété par des entretiens semi-structurés avec 13 femmes entrepreneures. Les participantes aux entretiens ont été interrogées sur leur entreprise, leurs parcours entrepreneuriaux, leurs expériences avec les institutions financières, et on a recueilli des recommandations sur la manière dont ces institutions peuvent mieux soutenir les femmes entrepreneures.



Contexte : les femmes entrepreneures au Canada

Le pouvoir économique et le potentiel des femmes entrepreneures au Canada

Les femmes entrepreneures sont le moteur de la prochaine phase de la transformation économique du Canada. Dans toutes les régions et dans tous les secteurs, les entreprises détenues et dirigées par des femmes stimulent l'innovation, créent des emplois et construisent des communautés plus inclusives et résilientes. Par exemple, les femmes possèdent 20 % des petites et moyennes entreprises (PME) générant plus de 90 milliards de dollars de revenus, emploient près d'un million de personnes, et beaucoup se livrent à des activités d'exportation^{1,2}. En 2023, 14,5 % des PME majoritairement détenues par des femmes ont exercé des activités d'exportation, ce qui correspond presque au taux des entreprises détenues majoritairement par des hommes, et dépasse les hommes dans l'exportation vers des marchés mondiaux, comme le Royaume-Uni, l'Inde, le Brésil et la Chine. Au-delà de leur pouvoir d'exportation, les recherches indiquent également que les femmes entrepreneures jouent un rôle majeur dans le renforcement des communautés, grandes et petites. Leurs entreprises contribuent à la création d'emplois et à la stimulation des économies locales, tout en contribuant à des « effets multiplicateurs » plus vastes, soutenant ainsi la croissance économique^{3,4}. Cela représente une opportunité de marché importante et en

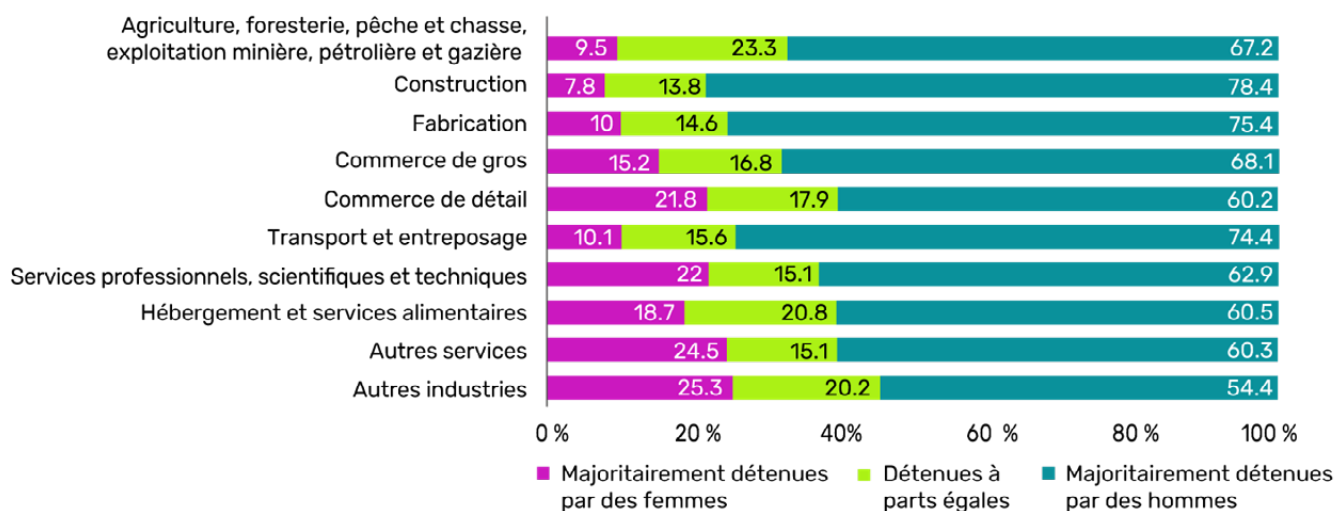


croissance pour les institutions financières canadiennes.

En ce qui concerne la répartition sectorielle, les PME majoritairement détenues par des femmes au Canada sont principalement concentrées dans autres industries (25,3 %), autres services (24,5 %), services professionnels, scientifiques et techniques (22 %) et commerce de détail (21,8 %). (Figure 1). Notamment, les PME majoritairement détenues par des femmes augmentent leur présence dans des secteurs historiquement dominés par les hommes, comme la construction (de 2,7 % en 2020 à 7,8 % en 2023) et le secteur combiné de l'agriculture, de la sylviculture, de la pêche, de la chasse, de l'exploitation minière et de l'extraction pétrolière et gazière (de 5,8 % en 2020 à 9,5 % en 2023)^{5,6}.

Figure 1.

Industries par participation majoritaire, 2023



Source : Statistique Canada (2025). Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises 2023. [Calcul du Diversity Institute].

Alors que le paysage entrepreneurial devient de plus en plus diversifié, on reconnaît également de plus en plus comment les identités intersectionnelles des femmes entrepreneures façonnent leurs expériences entrepreneuriales. Des preuves suggèrent que certaines cultures encouragent l'entrepreneuriat. Par exemple, parmi les communautés sud-asiatiques, noires, chinoises et autochtones, les femmes représentent une proportion plus élevée d'entrepreneurs que dans la population générale. Pour mettre cela en perspective, notons qu'au Canada, les femmes entrepreneures autochtones lancent des entreprises à un rythme deux fois supérieur à celui des femmes non autochtones⁷. Les entreprises détenues par des immigrantes sont également plus susceptibles d'exporter et de participer à des secteurs liés à la technologie en raison de leur niveau élevé d'éducation⁸. Malgré les progrès, la recherche souligne que les femmes ayant des identités croisées, comme la race, l'orientation sexuelle, le

handicap ou le statut d'immigration, sont plus susceptibles de rencontrer des obstacles croisés en plus des défis généraux de l'entrepreneuriat. Par exemple, l'expérience des femmes entrepreneures immigrées peut être aggravée par des transitions culturelles, le manque de systèmes de soutien et des environnements réglementaires inconnus tout en faisant face à des stéréotypes liés au genre et à des attentes^{9, 10, 11}. Les entrepreneurs autochtones font face à des défis distincts, comme l'insuffisance des infrastructures dans les zones isolées, des obstacles au financement dus à l'exclusion historique et aux garanties limitées, ainsi qu'un accès restreint aux ressources commerciales¹². Les femmes entrepreneures racisées peuvent faire face à la discrimination de genre et raciale, ce qui affecte leur accès à des opportunités financières et de financement^{13, 14, 15}. Les entrepreneures 2ELGBTQI+ signalent des incidents, comme la discrimination, le harcèlement, l'homophobie et l'hypersexualisation, alors qu'en même temps, elles négocient dans un selon des

normes de genre hétéronormatives et traditionnelles¹⁶. Les femmes entrepreneures vivant avec un handicap font face à des défis d'accessibilité persistants. Les données sur les limites des subdivisions de recensement (SDR) du recensement de 2022 révèlent que 72 % des personnes vivant en situation de handicap font face à plus d'un type d'obstacles à l'accessibilité en raison de leur handicap¹⁷. Les obstacles liés à l'accessibilité nuisent aux activités entrepreneuriales, y compris l'accès aux services de soutien^{18, 19}.

Les femmes entrepreneures canadiennes ont un grand potentiel pour stimuler la durabilité, l'efficacité énergétique, la résilience climatique et les résultats sociaux. Les données mises à jour et récentes de l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises montrent que la majorité des PME détenues par des femmes ont le plus grand engagement envers une mission sociale, environnementale ou culturelle claire dans leur objectif d'affaires. (99,2 %) ²⁰. Plusieurs études ont révélé que les entreprises détenues par des femmes sont plus susceptibles que les entreprises ayant d'autres types de propriétaires de mettre en place des pratiques sociales et/ou environnementales^{21, 22}.

Les facteurs influençant l'accès au financement pour les femmes entrepreneures

Les obstacles au financement

Malgré leur fort potentiel, au Canada, les femmes entrepreneures font encore face à des obstacles persistants pour accéder aux ressources financières. Les données de l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises (2017-2023) mettent en lumière les disparités entre les genres dans les modes de financement des PME canadiennes^{23, 24}. Alors que les entreprises majoritairement détenues par

des hommes se tournent vers des sources de financement traditionnelles, les femmes entrepreneures continuent de s'appuyer sur des sources de financement alternatives via des réseaux personnels. Cependant, les entreprises majoritairement détenues par des femmes qui demandent du financement ont de plus en plus de succès, malgré le fait qu'elles sollicitent généralement des montants de prêts moins élevés et sont moins susceptibles d'obtenir du crédit auprès d'institutions financières traditionnelles. On perçoit des preuves de progrès : en 2023, les PME canadiennes majoritairement détenues par des femmes ont reçu une plus grande proportion des fonds demandés et ont constaté une augmentation plus importante des montants de prêts par rapport aux PME détenues majoritairement par des hommes. Cela montre une croissance plus importante du financement approuvé par rapport à leurs homologues masculins^{25, 26}.

La recherche montre que les préjugés présents dans les processus d'évaluation des risques contribuent à l'écart entre les genres. Les PME majoritairement détenues par des femmes continuent de faire face à des taux d'intérêt plus élevés pour les lignes de crédit et leurs demandes sont fréquemment rejetées en raison de l'insuffisance des ventes ou du flux de trésorerie^{27, 28}. Une partie de ces situations sont structurelles, car les entreprises détenues par des femmes ont tendance à être plus petites, et à avoir moins d'actifs, de capital et de garanties. Seules 1 à 2 % des femmes entrepreneures possèdent des entreprises dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 1 million de dollars^{29, 30}. Les entreprises détenues par des femmes sont plus concentrées dans des secteurs de services souvent sous-financés et sous-évalués. La plupart (92,7 %) des PME majoritairement détenues par des femmes ont moins de 20 personnes à leur emploi et 6,5 % en ont entre 20 et 99. Par ailleurs, 86 % des entreprises détenues par des hommes comptent moins de 20 membres

du personnel, tandis que 11,7 % en ont entre 20 et 99. Les critères de prêt traditionnels désavantagent souvent les personnes qui ont des revenus plus faibles ou des revenus d'entreprises moindres³¹.

Les recherches existantes montrent un schéma genré en matière de financement. Les femmes entrepreneures ont tendance à présenter des niveaux plus élevés d'aversion à l'endettement, une plus grande aversion au risque et une tolérance moindre au financement par crédit^{32, 33, 34}. Ces attitudes influencent leur approche du financement, les femmes entrepreneures étant plus susceptibles de s'appuyer sur des stratégies d'autofinancement, y compris diverses formes de capitaux de démarrage. Beaucoup de femmes abordent l'entrepreneuriat par le biais du travail autonome ou de « petits boulots », souvent à plus petite échelle et ayant un accès limité à du financement formel. La combinaison d'attitudes financières et de points d'entrée en entreprise plus prudents pourrait renforcer un cycle dans lequel les femmes dépendent principalement des ressources personnelles pour démarrer et développer leur entreprise, ce qui peut limiter leur exposition au financement externe et, dans certains cas, les pousser à s'exclure du marché officiel du crédit³⁵.

Les préjugés systémiques

Les stéréotypes genrés au sujet des entrepreneures persistent et continuent d'affecter l'accès au financement pour les femmes. Des recherches ont suggéré que les femmes entrepreneures sont souvent perçues comme étant moins compétentes

et moins avantageuses par les institutions financières que leurs homologues masculins en raison de stéréotypes et de préjugés de genre^{36, 37, 38, 39}.



Les décisions de prêt sont généralement guidées par les « cinq C du crédit » : caractère, capacité, capital, caution/garantie et conditions. Ces critères sont traditionnellement utilisés dans le cadre des prêts pour déterminer si un emprunteur a la capacité de rembourser le prêt⁴⁰. Cependant, des préjugés inconscients peuvent influencer la manière dont ces critères sont appliqués aux femmes entrepreneures, et les processus habilités par l'IA peuvent risquer d'intégrer des préjugés historiques de données de prêts antérieurs^{41, 42, 43}. Par exemple, la garantie, un des critères clés, peut être désavantageuse pour les femmes entrepreneures qui sont moins susceptibles que les hommes de posséder des biens immobiliers ou d'autres actifs tangibles en raison d'inégalités structurelles historiques⁴⁴. De même, les évaluations du caractère et des capacités sont très subjectives et sujettes aux préjugés des évaluateurs et à des stéréotypes genrés, ce qui conduit souvent à des résultats d'évaluation moins favorables pour les femmes entrepreneures^{45, 46}.

Les données désagrégées et la transparence

Les efforts continus pour soutenir les femmes entrepreneures sont entravés par le manque de données, de transparence et de responsabilité. C'est une opportunité pour les principales institutions financières de se différencier grâce à des mesures de transparence et de responsabilité. Le Canada explore des cadres internationaux, comme l'initiative Women's Empowerment in Financial Inclusion (We-Fi), mais n'en est pas encore signataire. Créé en 2017 en tant que Financial Intermediary Fund (FIF) (Fonds financier intermédiaire) à la Banque mondiale, le We-Fi vise à renforcer la croissance et le potentiel des micros, petites et moyennes entreprises (MPME) détenues par des femmes à l'échelle mondiale⁴⁷. À ce jour, 35 pays ont signé l'accord. Inspiré du Investment in Women Code britannique, l'initiative exige que les institutions financières, les sociétés de capital-risque et les investisseurs providentiels divulguent quelle proportion de leurs produits et services soutiennent les femmes⁴⁸.

Les politiques et les programmes sensibles au genre

Par le biais de politiques, de réglementations et de programmes, le soutien gouvernemental et organisationnel joue un rôle crucial pour relever les obstacles liés au genre auxquels les femmes entrepreneures font face. Des politiques et initiatives sensibles au genre, y compris des opportunités de financement équitables via des subventions et des prêts, peuvent aider à atténuer les préjugés et à remettre en question les stéréotypes au sein de l'écosystème entrepreneurial.

Au Canada, le Fonds pour l'écosystème de la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE) offre aux femmes entrepreneures

de la formation essentielle, du mentorat et l'accès à des opportunités de réseautage d'affaires. Le Fonds pour l'écosystème SFE a investi 165 millions de dollars sur 5 ans pour renforcer et développer les capacités au sein de l'écosystème entrepreneurial, y compris le financement du soutien à l'écosystème, le financement de prêts et des investissements en recherche⁴⁹. L'élément clé du programme est une approche globale de l'ensemble du gouvernement, qui garantit que tous les ministères apportent une perspective de genre au soutien gouvernemental aux entrepreneures⁵⁰.

Les institutions financières qui s'appuient sur ces bases peuvent s'imposer comme des leaders du secteur. La plupart des grandes institutions financières ont mis en place des programmes conçus pour soutenir les femmes entrepreneures. De plus, au Canada, plusieurs banques ont lancé des programmes bancaires holistiques et intégrés adaptés aux femmes entrepreneures. Parmi les exemples, on trouve le Prêt entrepreneurial inclusif de la BDC⁵¹, l'initiative Femmes de la Banque Scotia⁵², BMO pour Elles⁵³, et le programme Femmes en entreprise de la Banque TD⁵⁴. Ces programmes offrent des conseils et du mentorat sensibles au genre, un renforcement des capacités et de la formation, intègrent les services bancaires personnels et professionnels et soutiennent la croissance globale des entreprises détenues par des femmes⁵⁵. Cependant, la clé pour faire avancer l'entrepreneuriat féminin est une approche systématique qui crée un écosystème entrepreneurial inclusif en apportant une perspective de genre et de diversité à tous les soutiens pour les PME et pour les entrepreneures afin d'égaliser les chances.

Les résultats

L'expérience des services bancaires et financiers

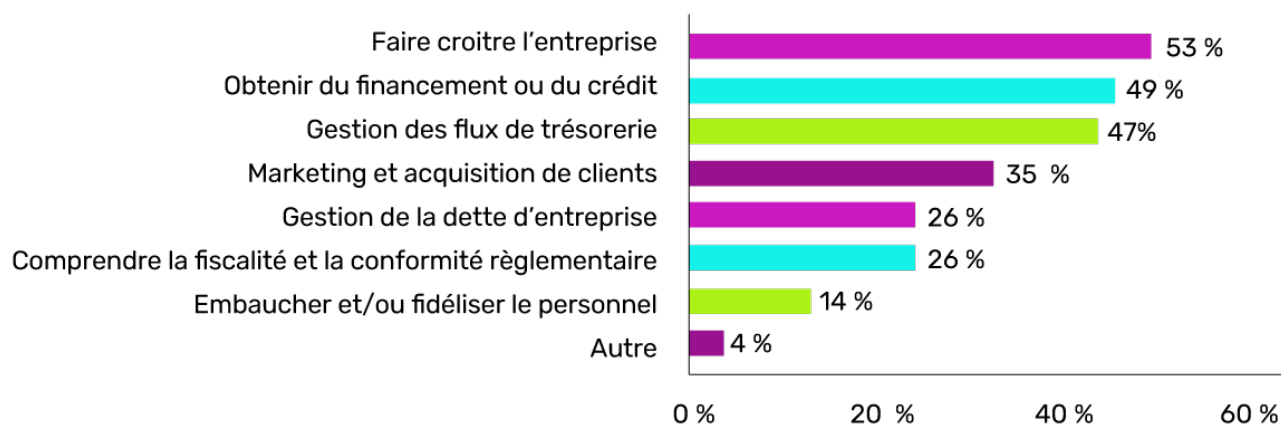
Les défis financiers

Les résultats montrent que les défis des femmes sont principalement liés à la croissance des entreprises, la majorité des femmes entrepreneures ayant des difficultés avec les aspects financiers de l'expansion de l'entreprise (par exemple, la croissance des opérations, l'accès au capital et la

gestion de la trésorerie). Plus de la moitié des répondantes ont cité la croissance de l'entreprise (53 %), suivie de l'obtention de financement ou de crédit (49 %) et la gestion des flux de trésorerie (47 %) comme étant leurs défis en affaires. D'autres exemples incluaient des fermetures inattendues de comptes professionnels; des défis géographiques; l'impact de la COVID-19 sur leur santé; et les questions liées aux fonctions d'importation ou d'exportation. (Figure 2).

Figure 2.

Les défis financiers actuels



Les produits financiers utilisés actuellement

Presque toutes les répondantes s'appuient sur des services bancaires fondamentaux

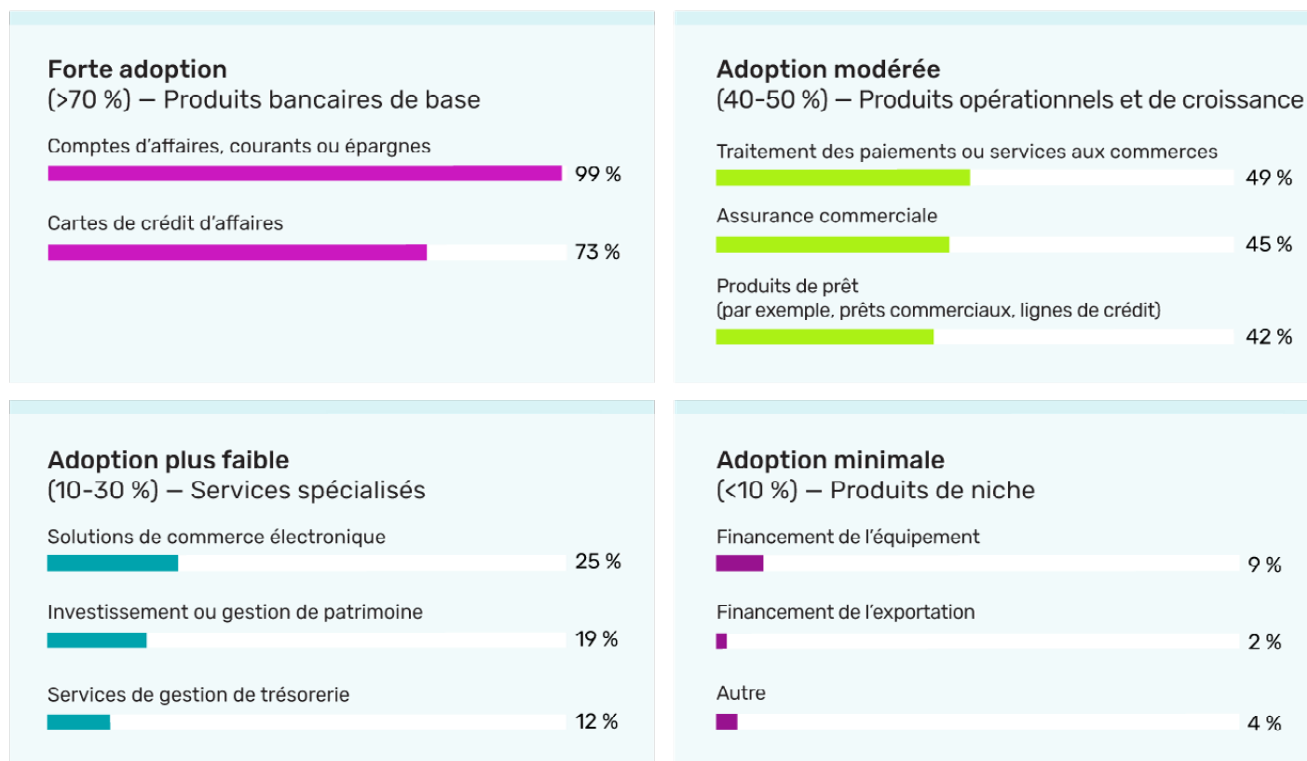
(99 % utilisent des comptes d'affaires, courants ou d'épargne), et font un usage modéré d'outils opérationnels, comme le traitement des paiements (49 %) et les produits de prêt (42 %). Cependant, les

services spécialisés, comme les solutions de commerce électronique (25 %), la gestion d'investissements (19 %) et les produits de niche, comme le financement à l'exportation (2 %), présentent des taux

d'adoption nettement plus faibles. Les résultats suggèrent des lacunes potentielles en matière de sensibilisation, d'accessibilité ou de pertinence en regard de ces outils financiers. (Figure 3).

Figure 3.

Produits financiers utilisés actuellement



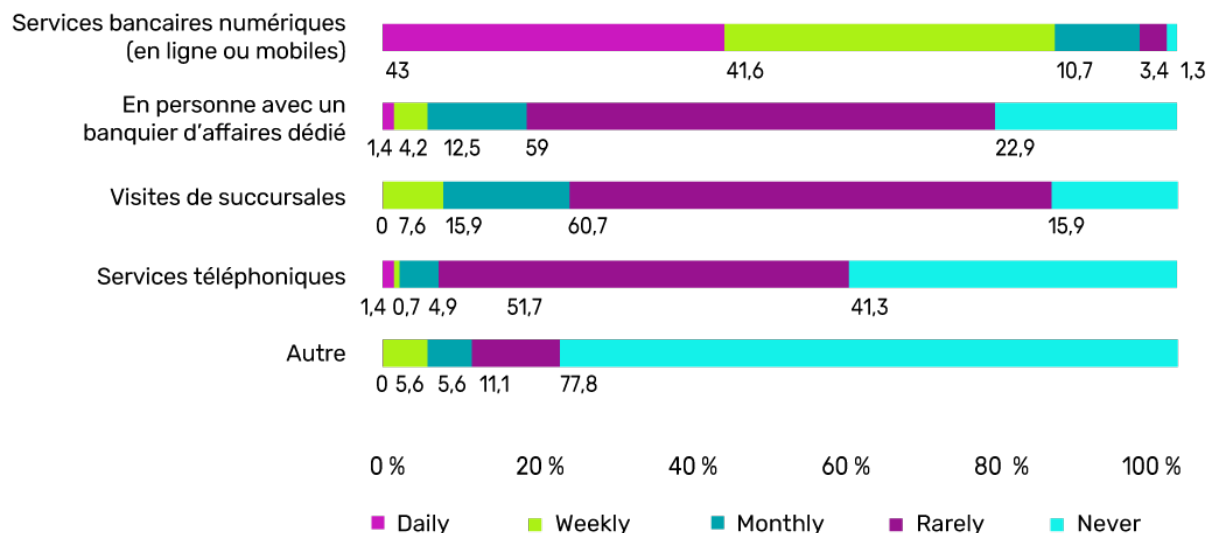
La fréquence de l'utilisation des services bancaires en ligne ou mobiles pour vos affaires

Chez les femmes entrepreneures, les données témoignent d'une forte préférence pour les canaux bancaires numériques. La majorité des femmes entrepreneures utilisent fréquemment les services bancaires numériques, 84,6 % utilisant les

services en ligne ou mobiles chaque jour ou chaque semaine. En revanche, les services traditionnels sont nettement moins utilisés régulièrement : 81,9 % rencontrent rarement ou ne rencontrent jamais un banquier d'affaires dédié, 76,6 % visitent rarement ou ne visitent jamais les agences, et 93 % utilisent rarement ou jamais le service téléphonique. (Figure 4).

Figure 4.

Fréquence d'utilisation des services bancaires



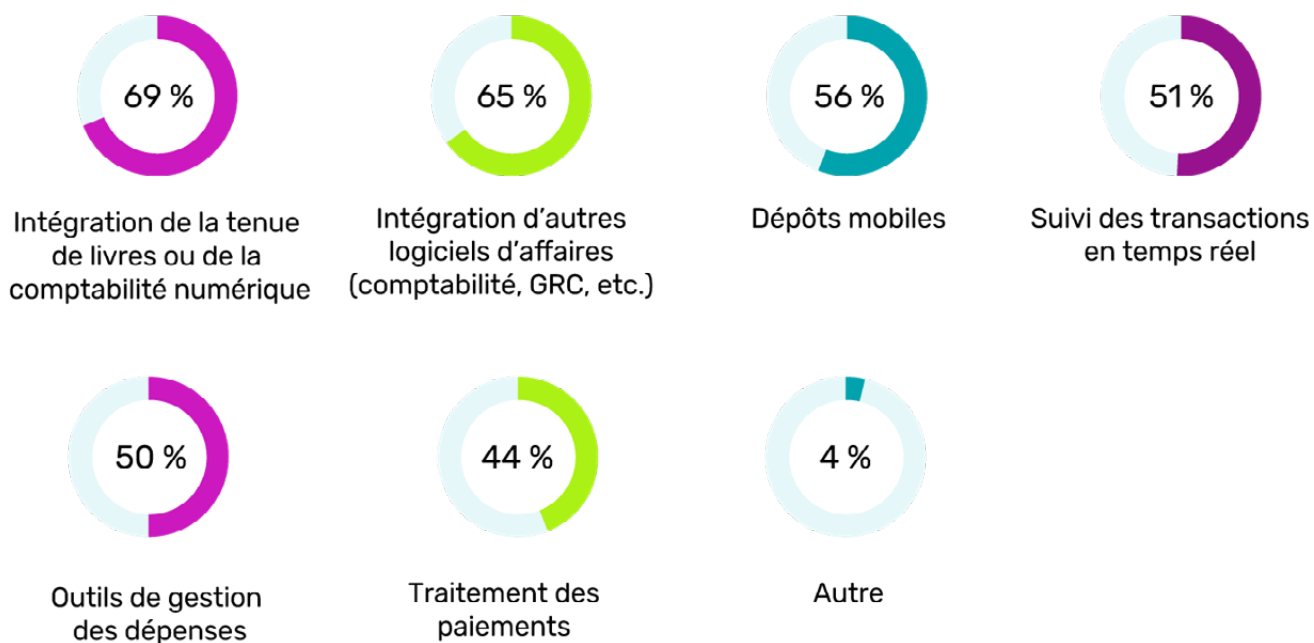
Les fonctionnalités supplémentaires des services bancaires numériques

Environ deux tiers des femmes entrepreneures ont identifié l'intégration numérique de la comptabilité (69 %) et l'intégration d'autres logiciels d'entreprise, comme la comptabilité et les systèmes de

GRC (65 %), comme les plus utiles. Plus de la moitié ont sélectionné les dépôts mobiles (56 %) et le suivi en temps réel des transactions (51 %), tandis que 50 % ont indiqué que des outils de gestion des dépenses (50 %) seraient bénéfiques. Le traitement des paiements a été sélectionné par 44 % des répondantes. (Figure 5).

Figure 5.

Fonctionnalités supplémentaires des services bancaires numériques



Les besoins financiers attendus

Parmi celles qui ont répondu (7,2 % de l'échantillon), les lignes de crédit ou les prêts

commerciaux sont apparus comme le besoin le plus attendu (46 %, n=5), suivis par les services de gestion de trésorerie (27 %, n=3). (Tableau 1).

Tableau 1.

Produits ou services financiers très probablement requis dans les 12 prochains mois

Produit ou service	Fréquence	Pourcentage
Prêt commercial ou ligne de crédit	5	46
Services de gestion de trésorerie	3	27
Financement hypothécaire commercial ou de location	1	9
Produits d'investissement	1	9
Services aux commerces	1	9
Nombre total de réponses	11 (réponses uniques)	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	142	
Total	153	

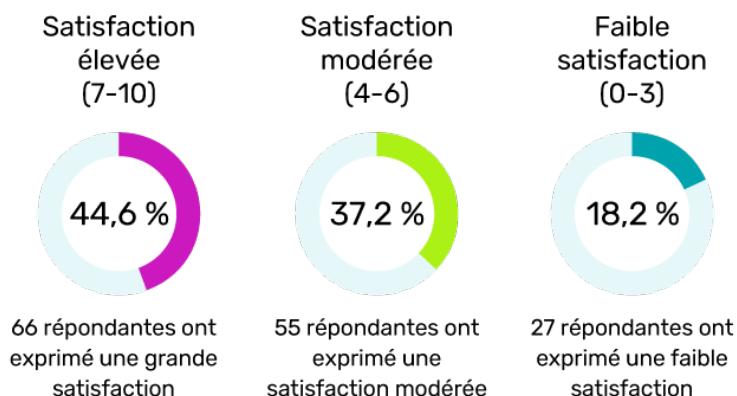
Satisfaction à l'égard des produits et services bancaires d'affaires

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer leur satisfaction envers les produits et services bancaires d'affaires actuels sur une échelle

de zéro à dix (où zéro représente « pas du tout satisfait » et dix « extrêmement satisfait »), les femmes entrepreneures ont rapporté un score moyen de satisfaction de 5,91 sur dix (n=148). (Figure 6).

Figure 6.

Satisfaction envers les produits et services bancaires d'affaires



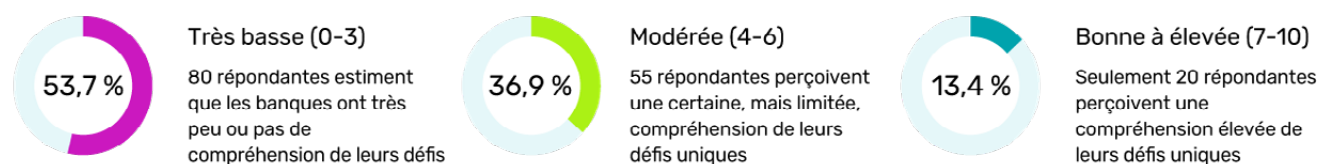
La compréhension qu'ont les banques des défis des femmes

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer si leur banque comprend les défis uniques auxquels les femmes entrepreneures font face sur une échelle de zéro à dix (où zéro indique « aucune compréhension » et dix « compréhension extrêmement

attentionnée »), les femmes entrepreneures ont rapporté un score moyen bas de 3,72 sur dix (n=149). Cette note est nettement inférieure au pointage global de satisfaction en regard des produits et services bancaires (5,91). (Figure 2). Cela suggère un écart significatif dans la perception de la compréhension des défis entrepreneuriaux spécifiques au genre. (Figure 7).

Figure 7.

Compréhension qu'ont les banques des défis uniques confrontant les femmes entrepreneures



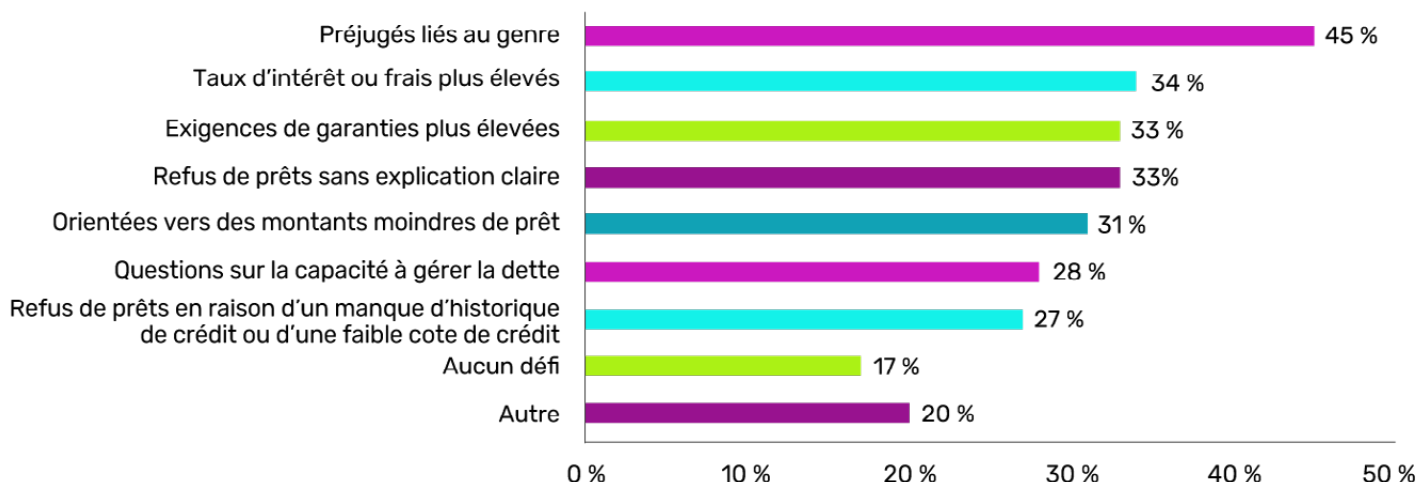
Les défis discriminatoires et financiers rencontrés dans le secteur bancaire

Lors de l'interaction avec des institutions financières, la grande majorité (83 %) a déclaré rencontrer au moins un obstacle important. Le défi le plus signalé concernait le préjugé lié au genre, 45 % (n=64). Cela était suivi par des défis, comme des taux d'intérêt

ou des frais plus élevés par rapport aux autres clients (34 %, n=48), des exigences de garanties plus élevées (33 %, n=47) et des refus de prêts sans explication précise (33 %, n=47). Près d'un tiers (31 %, n=44) ont déclaré avoir été orientées vers des montants de prêt moins élevés, et 28 % (n=40) ont été interrogées sur leur capacité à gérer l'endettement. (Figure 8).

Figure 8.

Défis rencontrés lors des relations avec les institutions financières



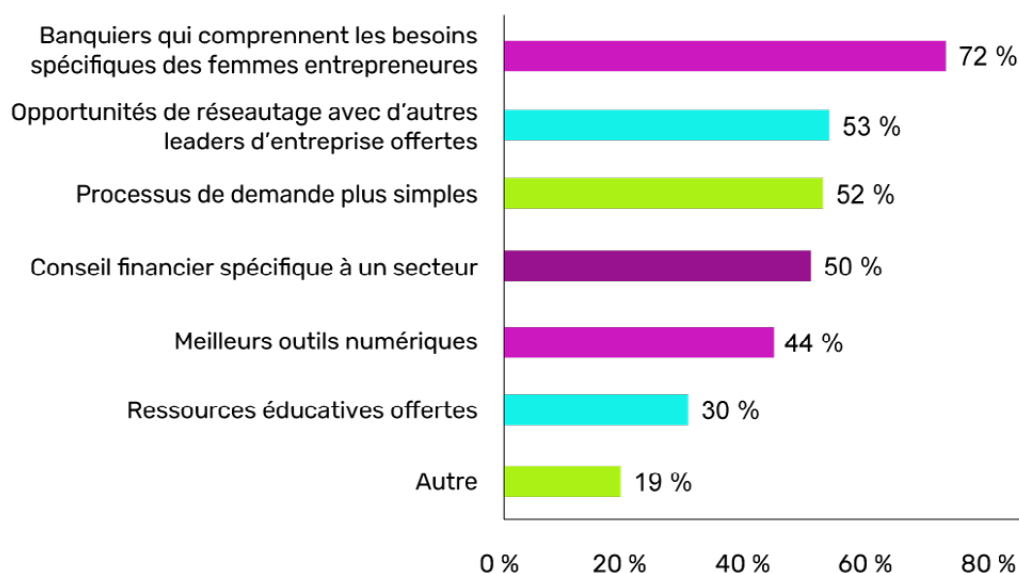
Les améliorations souhaitées dans les services bancaires

Près des trois quarts des répondantes (72 %, n=107) ont sélectionné comme changement le plus souhaité d'avoir des banquiers qui comprennent les besoins spécifiques des femmes entrepreneures. Cela a été suivi par

des opportunités de réseautage avec d'autres propriétaires d'entreprise (53 %, n=78), des processus de demande plus simples (52 %, n=77) et des conseils financiers spécifiques à un secteur (50 %, n=74). De meilleurs outils numériques ont été sélectionnés par 44 % (n=69), et les ressources éducatives identifiées par 30 % (n=44). (Figure 9).

Figure 9.

Changements souhaités pour accroître l'engagement avec les services bancaires d'affaires



L'intérêt pour des produits et services bancaires spécifiques aux femmes

Les femmes entrepreneures ont déclaré qu'elles seraient plus susceptibles d'utiliser des produits et services bancaires d'affaires s'ils étaient spécifiquement conçus pour elles

(61 %, n=91). L'aspect le plus valorisé était une meilleure compréhension des besoins des femmes entrepreneures (80 %, n=72), suivi de près par l'accès à des femmes conseillères ou mentores (77 %, n=69) et par du soutien en planification d'entreprise et stratégie (74 %, n=67). (Figure 10).

Figure 10.

Les aspects les plus avantageux des programmes bancaires d'affaires destinés aux femmes



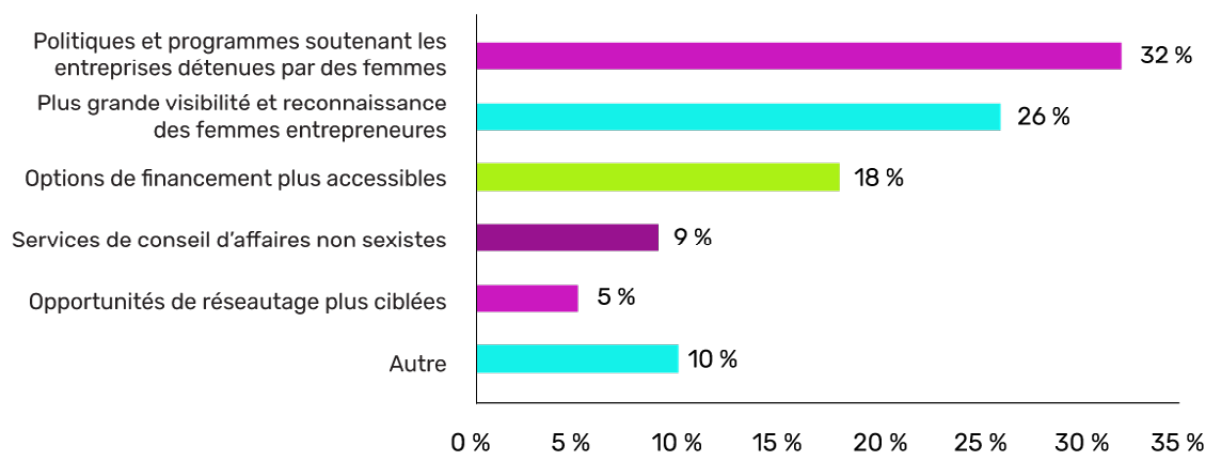
Les services qui aident les femmes à prospérer

Le service qui aiderait les femmes entrepreneures à prospérer le plus fréquemment sélectionné était les politiques et programmes soutenant les entreprises

détenues par des femmes (32 %), suivi d'une plus grande visibilité et reconnaissance des femmes entrepreneures (26 %) et d'options de financement plus accessibles (18 %). (Figure 11).

Figure 11.

Services qui aideraient les femmes entrepreneures à prospérer



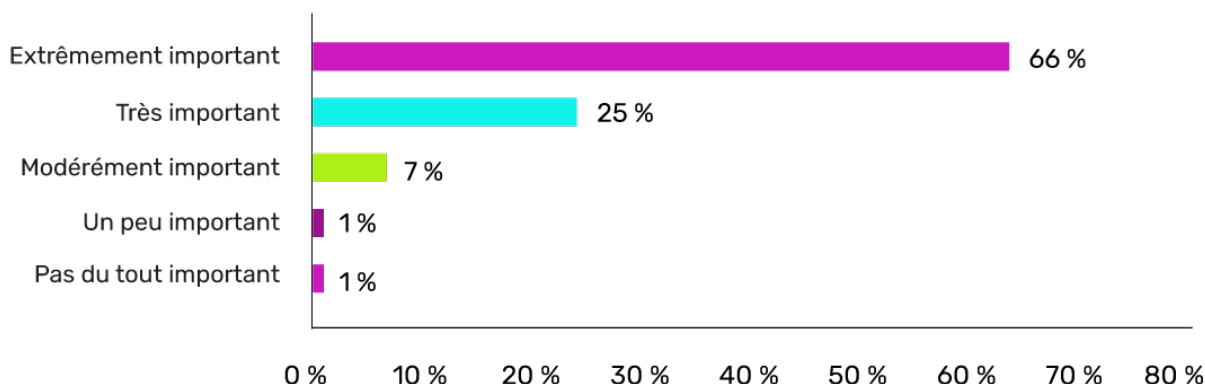
L'importance des institutions financières solidaires

La plupart des répondantes ont indiqué qu'avoir une institution financière

solidaire est important, 66 % jugeant cela «extrêmement important» et 25 % comme «très important». Seul un petit nombre a sélectionné les catégories de moindre importance. (Figure 12).

Figure 12.

Importance d'avoir une institution financière solidaire



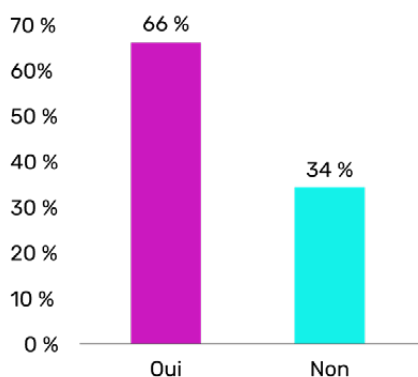
Le financement des entreprises

La recherche de financement d'entreprise

D'après les résultats du sondage, deux tiers des répondantes (66 %) ont déclaré avoir cherché du financement d'entreprise auprès des banques au cours des cinq dernières années, tandis que 34 % n'avaient pas sollicité de financement bancaire durant cette période. (Figure 13).

Figure 13.

Recherche de financement d'entreprise



Les sources de prêt

Lorsqu'on leur a demandé quelles sources de prêt elles ont consultées, la plupart des répondantes ont déclaré s'adresser aux banques traditionnelles pour obtenir du

financement (83 %), suivi par des prêteurs de développement, comme Futurpreneur, le Réseau de développement des collectivités du Canada et des organisations d'entreprise pour les femmes (47 %). (Figure 14).

Figure 14.

Sources de prêt consultées



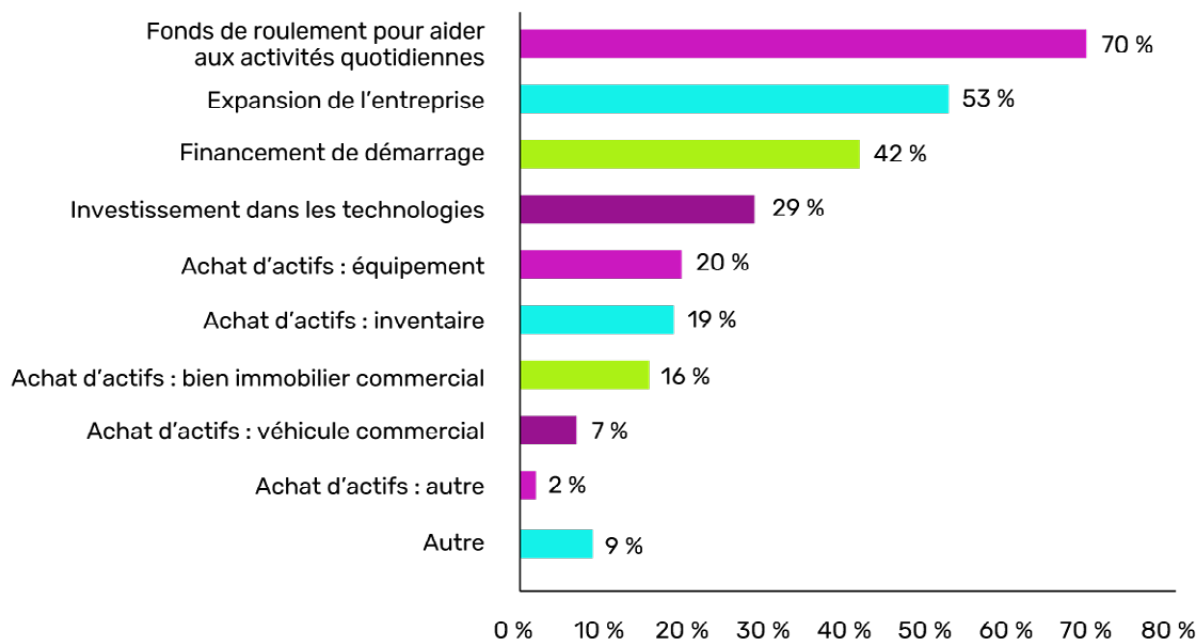
L'objectif principal de la recherche de financement d'entreprise

Parmi les répondantes ayant cherché du financement, l'objectif le plus courant était le fonds de roulement pour les activités quotidiennes (70 %), suivi de l'expansion

de l'entreprise (53 %) et du financement de démarrage (42 %). D'autres raisons incluaient l'investissement dans les technologies (29 %), l'achat d'équipements (20 %) et l'inventaire (19 %), avec des parts moindres cherchant à financer un bien immobilier commercial (16 %) ou les véhicules (7 %). (Figure 15).

Figure 15.

Objectif du financement d'entreprise



L'évaluation de l'expérience de demande de financement

Dans la plupart des aspects de l'expérience de demande de financement, les répondantes ont le plus souvent sélectionné des notes à l'extrémité inférieure de l'échelle (niveaux 1 et 2). Par exemple, 22,2 % ont noté le processus

de demande comme «1» (ni simple ni facile) et 16,2 % comme «2», tandis que seules 3,4 % ont sélectionné le niveau 4 et 14,1 % le niveau 5. Ces résultats indiquent que la plupart des répondantes ont jugé leur expérience de financement insatisfaisante ou insuffisante pour répondre à leurs besoins. (Tableau 2).

Tableau 2.

Expérience de demande de financement

Aspect de l'expérience	Tout à fait en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Tout à fait en accord
Le processus de demande était simple et facile	22,2 % (n=22)	16,2 % (n=16)	36,4 % (n=36)	3,4 % (n=14)	14,1 % (n=11)
Mon prêteur a écouté et bien compris mes exigences de prêt	27,3 % (n=27)	18,2 % (n=18)	21,2 % (n=21)	23,2 % (n=23)	10,1 % (n=10)
Mon prêteur m'a apporté un soutien actif tout au long du processus de prêt	23,2 % (n=23)	10,1 % (n=10)	23,2 % (n=23)	20,2 % (n=20)	8,1 % (n=8)
Mon banquier a fourni des solutions personnalisées pour mon entreprise et mes besoins actuels	33,3 % (n=33)	15,2 % (n=15)	23,2 % (n=23)	20,2 % (n=20)	8,1 % (n=8)
Mon banquier m'a aidé à comprendre pourquoi ma demande était rejetée ou acceptée	36,4 % (n=36)	22,2 % (n=22)	18,2 % (n=18)	16,2 % (n=16)	7,1 % (n=7)
Mon banquier a été proactif en prodiguant ses conseils	34,7 % (n=34)	17,3 % (n=17)	28,6 % (n=28)	12,2 % (n=12)	7,1 % (n=7)
Mon banquier a été proactif en prodiguant ses conseils	42,4 % (n=42)	17,2 % (n=17)	17,2 % (n=17)	15,2 % (n=15)	8,1 % (n=8)
Mon expérience globale a été harmonieuse et facile	34,3 % (n=34)	25,3 % (n=25)	19,2 % (n=19)	15,2 % (n=15)	6,1 % (n=6)

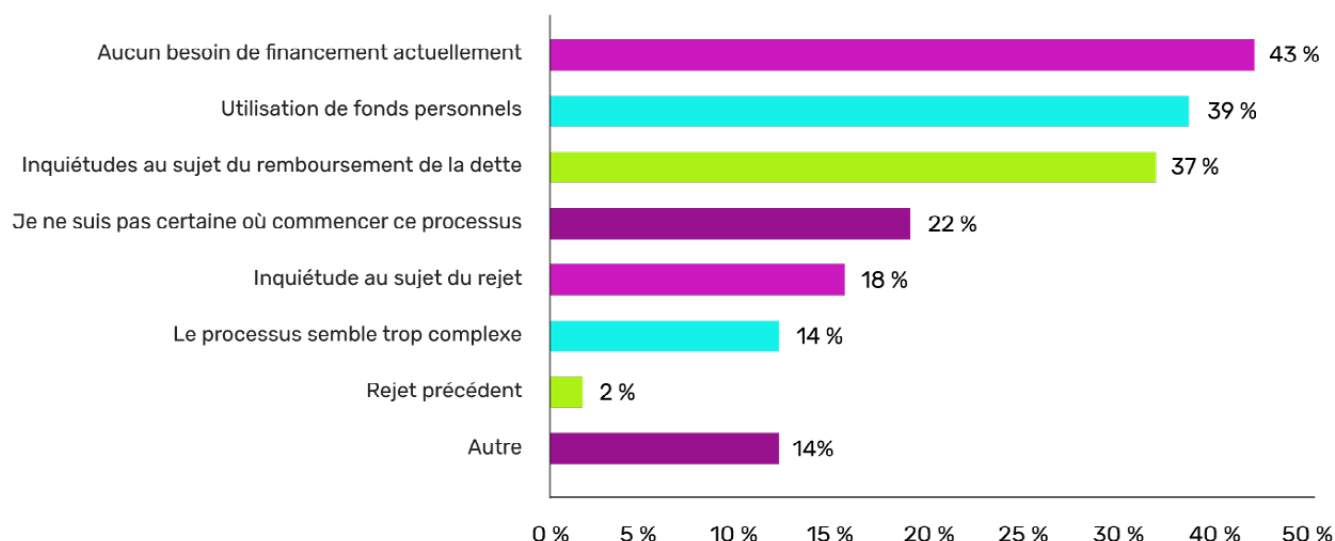
Les raisons de ne pas chercher de financement

Parmi les répondantes qui n'ont pas cherché de financement, les raisons les plus courantes étaient l'absence de besoin de financement actuellement (43 %) et la dépendance aux fonds personnels (39 %). Certaines femmes

ont exprimé des préoccupations au sujet du règlement de dettes (37 %), de l'incertitude quant à l'endroit où commencer (22 %) ou de la complexité du processus (14 %). Une partie des répondantes a également exprimé des inquiétudes concernant le rejet (18 %) ou a fait référence au rejet passé (2 %). (Figure 16).

Figure 16.

Raisons de ne pas chercher de financement



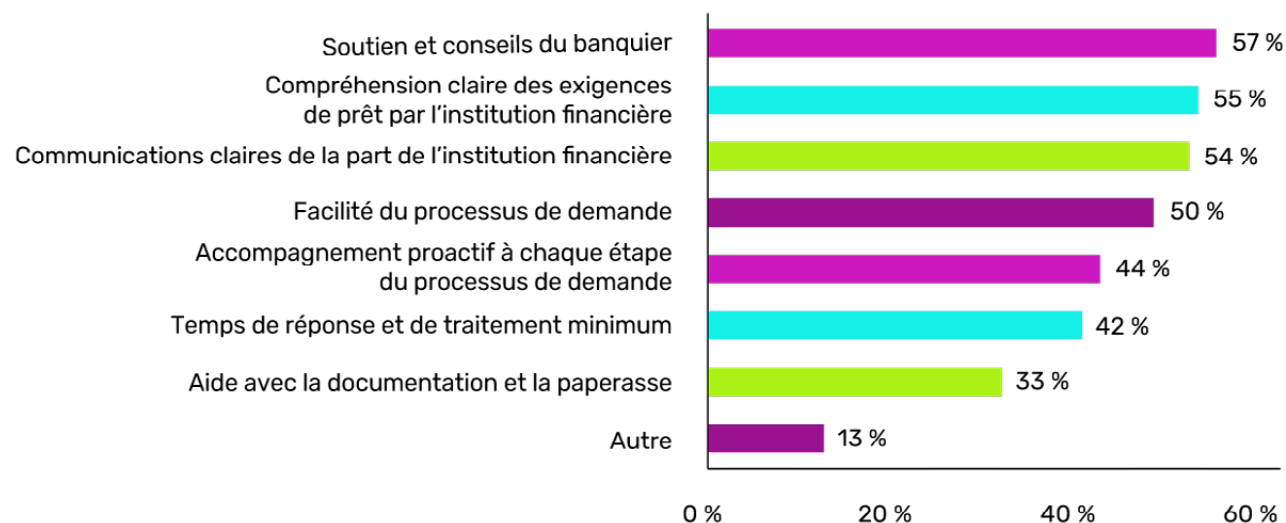
Le soutien qui facilitera l'expérience du financement

Lorsqu'on leur a demandé ce qui aurait facilité leur parcours de financement, les répondantes ont le plus souvent choisi le soutien et les conseils du banquier (57 %), suivis d'une meilleure compréhension des exigences de prêt (55 %) et de communications claires de la part de l'institution financière (54 %). Certaines femmes entrepreneures ont décrit des

obstacles allant au-delà du processus de demande lui-même, notamment la difficulté d'accès aux demandes, le manque de directives et un traitement incohérent entre les institutions. Plusieurs ont également soulevé des préoccupations concernant les exigences liées aux garanties, le fait d'être rejetée ou non prise au sérieux, ainsi que les expériences liées à la race, au genre, au statut migratoire ou à la taille de l'entreprise. (Figure 17).

Figure 17.

Soutien pour faciliter le financement



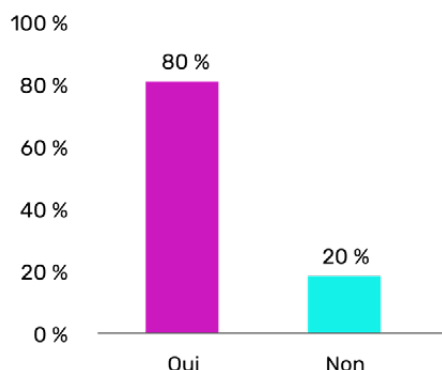
L'initiative Femmes en entreprise TD

La notoriété actuelle et la portée

Depuis le lancement de l'initiative, une participante sur cinq (20 %) a déclaré être familière avec l'initiative Femmes en entreprise TD. (Figure 18).

Figure 18.

Connaissance de l'initiative TD Femmes en entreprise



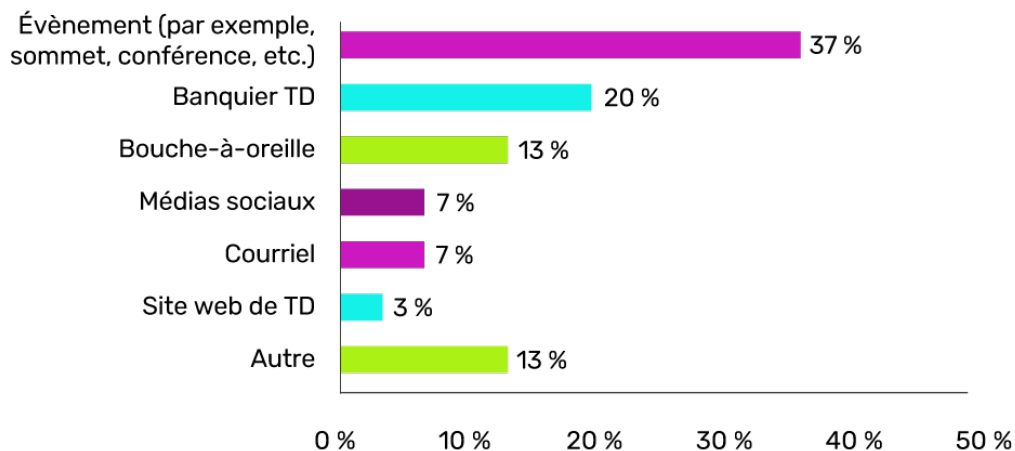
Les sources de découverte

Parmi les répondantes connaissant le programme TD (n=30), la principale source de découverte était lors d'évènements, comme des sommets ou des conférences (37 %,

n=11). La deuxième source la plus courante (20 %, n=6) était de la part d'un banquier de la TD, suivie du bouche-à-oreille (13 %, n=5), des réseaux sociaux (7 %, n=4) et du courriel (7 %, n=3). (Figure 19).

Figure 19.

Comment les personnes répondantes ont entendu parler de l'initiative TD Femmes en entreprise

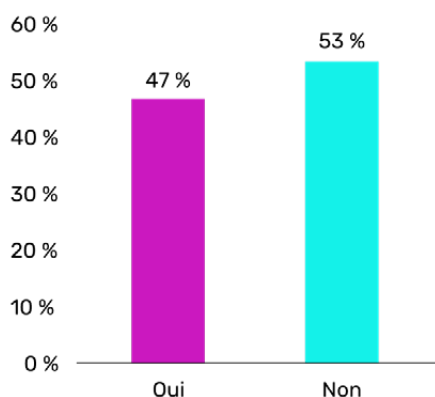


La participation actuelle et future

De plus, 47 % (n=14) ont déclaré avoir déjà participé aux activités de Femmes en entreprise TD, et 53 % (n=16) n'avoir pas participé. (Figure 20).

Figure 20.

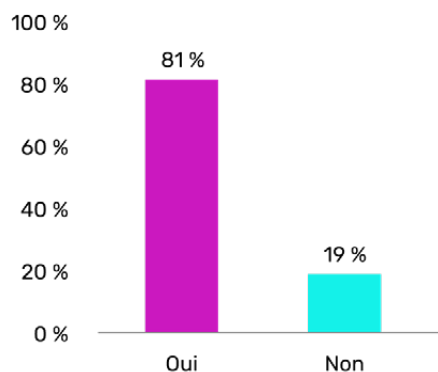
Participation actuelle aux activités de Femmes en entreprise TD



De plus, 81 % (n=13) ont indiqué souhaiter participer aux futures activités proposées par l'initiative. (Figure 21).

Figure 21.

Intérêt pour une participation future



Les activités préférées du programme

L'activité la plus fréquemment sélectionnée était les opportunités de réseautage professionnel (85 %, n=11). L'éducation sur

les finances a également été identifiée par 62 % des répondantes, suivie par le réseautage entre paires/pairs, les conseils en financement alternatif et les conseils d'entreprise (tous sélectionnés par 54 %). (Tableau 3).

Tableau 3.

Activités les plus intéressantes pour les femmes entrepreneures

Type d'activité	Fréquence	Pourcentage
Opportunités de réseautage professionnel	11	85
Éducation sur les finances	8	62
Obtenir des conseils professionnels pour mon entreprise	7	54
Opportunités de réseautage entre paires/pairs	7	54
Conseils sur le financement alternatif	7	54
Évènements	6	46

Type d'activité	Fréquence	Pourcentage
Soutien à la gestion d'entreprise	6	46
Autre	2	15
Nombre total de réponses	13 (réponses uniques)	
Manquant ou préférant ne pas répondre	140	
Total	153	

Les compétences et les informations

Les résultats du sondage montrent que la plupart des répondantes ont déclaré une confiance modérée à élevée dans les domaines clés de la gestion financière, la majorité choisissant le niveau 3 (neutre) ou le niveau 4 (confiance). Des compétences, comme la compréhension des états financiers, la gestion des flux de trésorerie,

la budgétisation, la gestion des dépenses et la gestion de la dette figuraient parmi les plus solides, plus des deux tiers des femmes se classant au niveau 3 ou 4. Cela indique que, même si les répondantes se sentent relativement à l'aise avec la supervision et la planification financières en général, il peut y avoir un besoin accru de formation et de soutien dans les compétences opérationnelles spécialisées. (Tableau 4).

Tableau 4.

Niveau de confiance en regard des compétences en gestion

Aspect	Tout à fait en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Tout à fait en accord
Comprendre les états financiers	4 % (n=6)	3,3 % (n=5)	32,0 % (n=48)	36,7 % (n=55)	24 % (n=36)
Gestion des flux de trésorerie	2 % (n=3)	8,7 % (n=13)	34,0 % (n=51)	37,3 % (n=56)	18 % (n=27)
Budgétisation	37,3 % (n=56)	18 % (n=27)	29,5 % (n=44)	42,3 % (n=63)	19,5 % (n=29)
Gestion de la dette	2,9 % (n=4)	11,4 % (n=17)	29,5 % (n=44)	37,6 % (n=56)	18,8 % (n=28)
Services aux commerces	13,6 % (n=20)	20,4 % (n=30)	32 % (n=47)	25,2 % (n=37)	8,8 % (n=13)
Traitement des paiements	6,8 % (n=10)	16,3 % (n=24)	34 % (n=50)	32 % (n=47)	10,9 % (n=16)
Recouvrement de dettes	17,8 % (n=26)	15,1 % (n=22)	30,8 % (n=45)	15,2 % (n=39)	6,1 % (n=14)
Comptabilité	6,8 % (n=10)	15,5 % (n=23)	39,9 % (n=59)	28,4 % (n=42)	9,5 % (n=14)

Aspect	Tout à fait en désaccord	En désaccord	Ni en accord ni en désaccord	En accord	Tout à fait en accord
Gestion des dépenses	2,1 % (n=3)	15,2 % (n=22)	31 % (n=45)	33,8 % (n=49)	17,9 % (n=26)
Paie	18,4 % (n=27)	19 % (n=28)	29,3 % (n=43)	19,7 % (n=29)	13,6 % (n=20)
Planification financière	12,9 % (n=19)	11,6 % (n=17)	42,2 % (n=62)	20,4 % (n=30)	12,9 % (n=19)
Autres aspects	30,4 % (n=7)	0 % (n=0)	13 % (n=3)	8,7 % (n=2)	47,8 % (n=11)

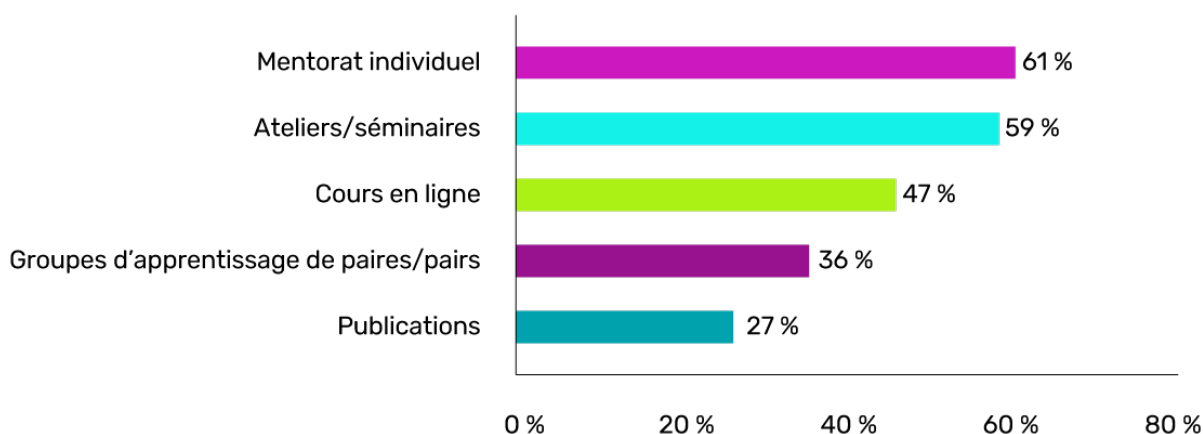
L'apprentissage de la gestion financière

Les résultats du sondage montrent que la méthode d'apprentissage sur les finances la plus privilégiée était le mentorat individuel (61

%), suivi de près par les ateliers ou séminaires (59 %). Les cours en ligne étaient également une option populaire (47 %), suivie par les groupes d'apprentissage entre paires/pairs (36 %) et les publications (27 %). (Figure 22).

Figure 22.

Préférence pour l'apprentissage de la gestion financière



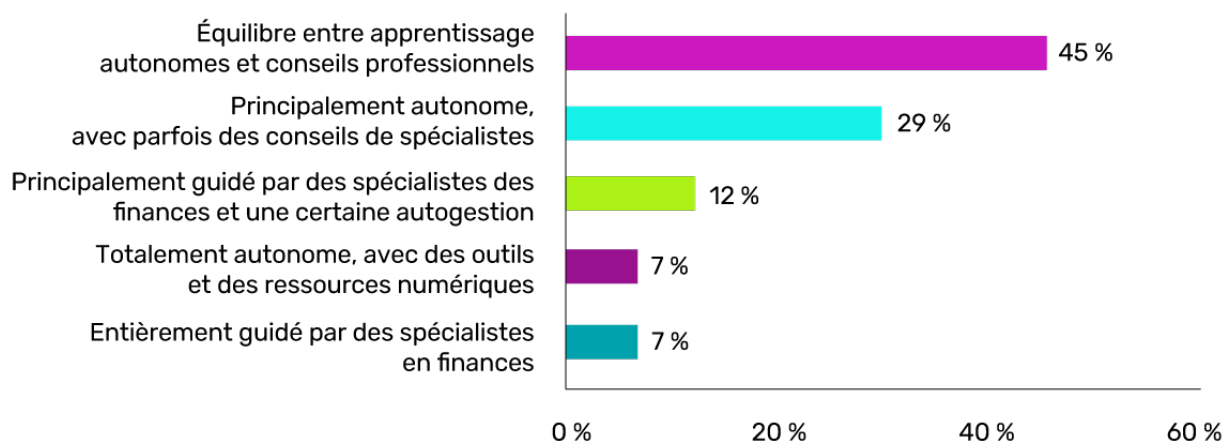
L'engagement dans l'apprentissage de la gestion financière

Lorsqu'on leur a demandé comment elles préféraient s'engager dans l'apprentissage de la gestion financière, la plupart des femmes ont répondu préférer une approche mixte. Quarante-cinq % ont indiqué préférer un

mélange égal d'apprentissage autonome et d'orientation professionnelle, 29 % préféraient apprendre principalement de manière autonome avec des interventions occasionnelles de spécialistes, tandis que 12 % s'appuyaient davantage sur les conseils de professionnels de la finance et une certaine autogestion. (Figure 23).

Figure 23.

Engagement dans l'apprentissage de la gestion financière



Les entretiens

Cette section présente les résultats basés sur des entretiens menés auprès de 13 femmes entrepreneures afin d'explorer divers aspects de l'expérience professionnelle des participantes, en mettant l'accent sur leur parcours entrepreneurial et leur motivation, les défis liés à l'accès au capital et au financement, les stratégies pour acquérir des connaissances et des compétences financières, ainsi que des suggestions sur la manière dont les institutions financières peuvent améliorer leur soutien.

Les facteurs de motivation pour l'entrepreneuriat

La recherche de l'autonomie

Les participantes ont souligné un fort désir d'autonomie comme un facteur clé de motivation clé pour l'entrepreneuriat, incluant une plus grande flexibilité pour gérer les exigences de la vie et la capacité de créer un impact significatif en comblant les lacunes du marché.

«C'est [l'entrepreneuriat] bien plus épanouissant, il y a beaucoup plus d'impact. Et il y a un peu plus d'autonomie,

et plus de respect que ce que vous recevez dans le milieu du travail. » [P4]

La flexibilité et les exigences familiales

Un autre facteur de motivation important pour les femmes entrepreneures était la nécessité d'équilibrer la contribution financière avec les responsabilités de prestation de soins. Les participantes ont décrit l'entrepreneuriat comme une voie permettant d'avoir des horaires flexibles tout en maintenant des revenus. Par exemple :

«J'ai eu deux de mes enfants... c'était un peu ça, étant enceinte de mon deuxième, je savais que je devais faire les choses différemment... et je voulais être la principale personne qui s'occupe de mes enfants. ... Et donc, il y avait un désir d'avoir des horaires flexibles tout en gagnant de l'argent. » [P2]

Identifier les opportunités de marché

Les participantes ont également été motivées en identifiant des besoins non satisfaits et des lacunes du marché. Par exemple, la participante 3 a été inspirée à créer une solution d'emballage circulaire

réutilisable après avoir constaté les quantités énormes de déchets générés par les emballages à usage unique pendant la pandémie.

«En commençant à vendre des boîtes à emporter, j'ai réalisé jusqu'à quel point le volume de ces emballages uniques, qui sont simplement cela, utilise beaucoup de ressources pour les fabriquer et beaucoup de ressources pour les transporter... Et puis, ils seront utilisés quelques minutes pour un repas à emporter avant d'être jetés. Alors pourquoi les emballages ne seraient-ils pas conçus pour être lavés ? C'est là que l'idée de [nom de l'entreprise] est née.» [P3]

Dans l'ensemble, les participantes ont souligné les différents facteurs de motivation pour s'engager dans l'entrepreneuriat, en particulier dans le contexte des barrières structurelles et sociales rencontrées par les femmes entrepreneures. L'entrepreneuriat est apparu comme une stratégie pour surmonter ces obstacles et une opportunité d'apporter des contributions significatives à la société.

Les obstacles et les défis de financement

Malgré les motivations des femmes entrepreneures à poursuivre l'entrepreneuriat, l'accès au financement demeure un défi majeur. Les participantes ont rapporté qu'elles rencontrent souvent des retards importants et font face à de l'imprévisibilité lorsqu'elles cherchent du financement privé. Par exemple, la participante 12 a raconté :

«On m'a dit que ça avait l'air bien, et que je n'aurais aucun problème à obtenir l'argent. Ce qui aurait dû être un processus de huit semaines a pris seize semaines. Le manque de service et de suivi a été très décevant, mais la vraie frustration est venue à la fin : on nous avait initialement promis un financement à 100 %, puis, à la dernière



minute, ils ont dit qu'ils ne pouvaient fournir qu'un tiers des fonds.» [P12]

Les préjugés de genre systémiques

Les résultats ont révélé que le préjugé systémique de genre affecte l'accès des femmes entrepreneures au capital, la crédibilité perçue et les interactions au sein de l'écosystème financier.

Préjugé algorithmique – La participante 2, conseillère en affaires et consultante spécialisée en entrepreneuriat féminin, a souligné que les demandes de prêt et les processus d'approbation sont souvent automatisés et reposent sur des données inconsciemment biaisées en faveur des hommes. Ces algorithmes sont rigides et rendent la tâche très difficile pour les femmes à faibles revenus :

«Le processus de demande et d'approbation de prêt des banques est

automatisé. Ce n'est pas personnalisé. Le processus est basé sur des données inconsciemment biaisées en faveur des hommes, ce qui signifie qu'ils regardent la valeur personnelle nette. ... Les services bancaires d'affaires ont été une expérience très négative dans mon monde. Je sais que beaucoup de femmes ne prennent même pas la peine d'aller demander un prêt, car elles savent que la réponse sera non. Je pense que la société a évolué depuis la mise en place de ces algorithmes, mais ils ne se sont pas adaptés à l'évolution de la société et au rôle des femmes dans la société.» [P2]

Exigences de prêt – La participante 10 a décrit les difficultés d'accès à du financement privé pour une entreprise basée sur un logiciel, où les exigences traditionnelles de garantie constituaient un obstacle important. Son expérience met en lumière que les prêteurs privés ne prennent pas toujours en charge les entreprises non traditionnelles, en particulier les entreprises du secteur technologique dirigées par des femmes.

«Je me suis dit, vous, les gars, est-ce que vous vous parlez ? Parce que vous allez sur cette plateforme et vous dites, on est là pour... pour innover... Je n'ai pas de machines ni d'ordinateurs à mettre en garantie.» [P10]

La participante 12 a illustré davantage son expérience :

«La banque dit non. Pourquoi ? Peut-être que vous êtes en activité seulement depuis deux ans ou moins. Deuxièmement, vous n'avez aucune garantie. Vous n'avez aucun bien. Troisièmement, le taux de rendement, ou la probabilité de succès démontrée n'atteignent pas les données de faisabilité du succès. Donc, vous savez, on vous compare à cela. Et puis, la dernière scène est... Vous pouvez obtenir l'argent, mais parce que vous êtes ce qu'on appelle une activité "sans revenus" ou que vous débutez, vous n'avez ni les

connaissances, ni les compétences, ni la capacité finale.» [P12]

Critères de subventions et de programmes

– Les critères pour les subventions gouvernementales disqualifient souvent la plupart des femmes, car les subventions sont souvent destinées exclusivement aux secteurs manufacturier ou technologique, ou exigent d'avoir un nombre minimum d'employées et employés. Certains programmes de financement excluent même les femmes en fonction des critères d'âge. Par exemple, la participante 13 mentionne avoir compté sur des fonds personnels et occupé plusieurs emplois pour soutenir son entreprise parce qu'elle ne répondait pas aux exigences pour les subventions et n'avait pas accès au capital.

«Les subventions reviennent toujours à la jeune génération. Dès que vous avez plus de 30 ou 35 ans, vous ne pouvez plus être admissible à ces choses... j'ai donc dû mobiliser mon propre capital. J'avais occupé trois emplois pour pouvoir me sortir de l'endettement.» [P13]

Préjugés des prêteurs et investisseurs

– La participante 9 a mentionné avoir le sentiment que les banques sont moins confiantes dans les entreprises détenues par des femmes, déclarant :

«Les entreprises gérées par des femmes reçoivent un soutien différent. Moins de confiance en nous en ce qui concerne les prêts. Il y a un préjugé implicite.» [P9]

Renforçant ce point, la participante 11 a démontré que les femmes entrepreneures et les entreprises détenues par des femmes font souvent l'objet d'un examen accru de la part des banques.

«Maintenant... toutes les banques veulent faire affaire avec moi, bien sûr. Oui. Mais c'est quand même encore difficile. Elles vous donnent seulement un certain



domaine. Comme je vous l'ai dit, si vous ne rentrez pas dans le moule, cela devient très difficile. Si on peut toujours dire qu'une grande entreprise est une grande entreprise, et si vous avez une grande entreprise, vous recevrez du financement... Mais, le destinataire doit aussi y croire, surtout venant d'une personne n'ayant pas l'habitude d'entendre raconter cette histoire.» [P10]

Identités intersectionnelles – Outre les stéréotypes et les préjugés de genre, les participantes ont raconté plusieurs incidents où elles ont rencontré des obstacles croissants en raison de leur identité intersectionnelle, comme être une personne de couleur ou appartenir à la communauté 2ELGBTQI+. Par exemple, la participante 7, infirmière et propriétaire d'entreprise, a expliqué en détail les intersections de son identité et comment ces facteurs ont influencé son parcours :

montant, et elles vous questionnent quand même. Elles vous sous-estiment toujours. Vous savez, c'est toujours pareil. Elles vous regardent, et elles veulent quand même vous sous-estimer, donc c'est très difficile.» [P11]

La participante 10 a également noté qu'on s'attend souvent à ce que les femmes entrepreneures évoluent dans des secteurs traditionnellement «centrés sur les femmes», ce qui peut limiter comment leur légitimité est perçue dans des secteurs dominés par les hommes, comme sa propre entreprise de cybersécurité.

«Si vous êtes une femme, il y a une attente, ça doit être dans la beauté, le maquillage, la coiffure... Je travaille dans un secteur très compétitif et dominé par les hommes, qui est la cybersécurité et l'identité numérique. C'est un monde d'hommes pour moi... même un partenaire qui serait responsable de cela serait généralement un homme... je trouverai rarement une femme partenaire dans ce

«J'ai l'impression qu'en tant que femme lesbienne, malentendante et neurodivergente, on vous dit souvent que vous ne pouvez pas faire ce que vous pouvez faire.... Je pense que quand on a ces intersections de différences, on apprend à obtenir ce qu'on veut et à obtenir ce dont on a besoin de façon vraiment distinctive, originale, non ? ... Je trouve que je ne peux pas... Je dois porter un masque chaque fois que je vais à [nom d'une banque]. Pas avec le personnel au guichet, ils sont très bien, mais, comme, quand j'allais parler de mon entreprise, j'ai dû camoufler beaucoup ma vraie nature... on ne sait simplement pas si c'est parce que je suis une femme, ou parce que je suis queer.» [P7]

De même, la participante 4 a abordé directement la nature cumulative des préjugés qu'elle rencontre en tant que femme noire lorsqu'elle cherche du financement ou s'engage dans des conversations d'affaires :

«Je veux dire, évidemment, je suis une femme noire, donc je peux en parler... Il y a la première couche, qui est d'être une femme, la deuxième couche, une personne de couleur... Les gens auront quand même d'autres préjugés, non ?» [P4]

De plus, la participante 10, qui a immigré au Canada, a constaté que son statut de nouvelle venue posait des défis pour la recherche de capitaux.

«La garantie personnelle, et comme je venais d'arriver au Canada, d'accord, et que je n'ai pas un important historique de crédit, alors bien sûr, je ne suis pas admissible. Si vous êtes arrivée au Canada ces deux ou trois dernières années, vous ne pouvez pas non plus prendre une grosse somme... Je construis, j'ai une carte de crédit, et j'ai quelques trucs, mais ils ne me permettent pas d'obtenir les sommes que je demandais.» [P10]

Les obstacles du marché et les obstacles spécifiques à une industrie

La participante 10 a décrit comment l'accès limité au financement formel, combiné à un cycle de vente plus long dans les industries à forte innovation, a créé d'importants défis de durabilité pour son entreprise. Elle a expliqué :

«Je n'ai pas réussi à obtenir de prêt auprès d'aucune banque. Le capital de risque, ce n'était pas du tout positif. Alors, je me suis occupée du financement, qui est principalement organique... Vendre à la clientèle et recevoir de la clientèle. Mais même si vous faites cela, vous pourriez avoir quelques lacunes. Nous sommes dans un domaine très avancé, c'est-à-dire comprenant beaucoup de R&D, beaucoup d'innovation, et nous poussons un nouveau produit sur le marché, mais j'ai besoin de temps... L'innovation prend du temps... Il faut faire l'éducation du marché, vous devez expliquer, faire un

cycle de vente d'un an. Et je vends à des industries très complexes, des entreprises de télécommunication, des compagnies aériennes et des banques. Ce sont des machines très lourdes, donc vous ne pouvez pas faire des ventes d'un jour à l'autre. Je suis donc dans un segment dans lequel les ventes prennent du temps avec un produit très récent, mais j'ai encore besoin de temps pour le promouvoir sur le marché. Donc, vous avez ces longs cycles de vente, donc si je ne suis pas soutenue tout au long de ces cycles, je vais mourir, très simplement. Il est évident que je dois maintenir la croissance jusqu'à ce que le produit atteigne son bon moment, et cela prend du temps.» [P10]

De plus, la guerre commerciale et les instabilités du marché ont poussé la participante 9 à réorienter son modèle économique. Elle a expliqué :

«Les changements dramatiques dans l'économie au cours des cinq dernières années ont changé notre modèle économique. Les coûts de main-d'œuvre ont augmenté. Les coûts de l'équipement ont augmenté. Et la demande est moins soutenue au Canada en raison de l'incertitude de notre relation avec notre principal partenaire commercial.» [P9]

L'aversion au risque et la crainte de contracter des dettes

Les participantes ont souligné que les femmes hésitent souvent à chercher du financement par crainte des conséquences négatives que pourraient entraîner les problèmes liés au remboursement des dettes.

«Parce que les femmes ont peur du financement, nous avons peur d'être endettées, nous avons peur que, si un jour nous ne pouvons plus payer parce que nous sommes malades, la banque saisisse notre immeuble, ou nos maisons, nos

biens, c'est pourquoi nous ne voulons pas chercher du financement...» [P6]

De plus, la participante 12 a souligné que les femmes entrepreneures issues de la diversité font souvent face à des obstacles systémiques complexes pour accéder au financement, ce qui les rend particulièrement prudentes lorsqu'elles s'adressent aux institutions bancaires traditionnelles.

«Nous avons une aversion pour le risque. Une grande aversion au risque. Si nous venons vous demander de l'argent, oui, nous voulons de l'aide, mais nous ne voulons pas vous être redevables, et nous ne voulons pas échouer. Donc, nous ne sommes pas différentes de n'importe quel autre entrepreneur. C'est juste que nos obstacles et nos défis sont plus complexes, et les obstacles sont plus importants.» [P12]

Dans l'ensemble, les participantes ont souligné comment des obstacles structurels, comme un historique d'exploitation limité, l'absence de garanties, un statut en phase de démarrage et les défis spécifiques du marché, peuvent limiter l'accès des femmes entrepreneures au capital nécessaire pour faire croître et développer leur entreprise. Par ailleurs, les participantes ont également souligné que la crainte de s'endetter, combinée à des obstacles systémiques superposés, rend les femmes entrepreneures prudentes lorsqu'elles cherchent du financement.

Les stratégies pour acquérir des compétences en affaires et en gestion financière

Les femmes entrepreneures ont déclaré avoir acquis les compétences et connaissances nécessaires pour financer et gérer leur entreprise grâce à une combinaison d'auto-éducation, de mentorat professionnel, de programmes externes spécialisés et en apprenant de leurs relations personnelles.



L'auto-éducation et l'encadrement professionnel

De nombreuses entrepreneures ont souligné leur rôle proactif dans la recherche et le financement de cours et de mentorat pour combler leurs lacunes en matière de connaissances.

«J'avais engagé [nom de l'entreprise], qui est presque comme un courtier en prêts hypothécaires, mais pour le prêt commercial. Ils m'aidaient à gérer le processus et m'aidaient à défendre mon point et à lire les documents, et agissaient simplement comme tiers neutre et consultants tout au long du processus.» [P1]

«J'ai cherché sur Google comment démarrer une petite entreprise privée en Ontario... Et ensuite, c'est juste un apprentissage sur le tas, en demandant aux gens autour de vous, en tendant la main, et en trouvant quelques personnes en qui je pouvais avoir confiance.» [P7]

Les organisations externes et les réseaux de soutien

Les entrepreneures ont également cherché des conseils structurés auprès de programmes spécialisés, d'accélérateurs et d'organisations sans but lucratif, comme les accélérateurs et incubateurs, ainsi qu'auprès de réseaux et par des formations.

«J'ai participé à plusieurs programmes d'accélérateurs d'incubateurs. Donc, ces programmes sont excellents. Ils reçoivent du financement gouvernemental précisément pour soutenir les entreprises en démarrage, valider votre idée, vous aider avec votre modèle économique et vous mettre en relation avec des accompagnateurs, une première clientèle potentielle et des investisseurs.» [P3]

Ces programmes offrent des ressources financières et des conseils pour atténuer les obstacles systémiques auxquels les entrepreneures sont confrontées lors du lancement et du développement de leur entreprise. De plus, les participantes ont souligné l'importance du réseautage pour acquérir des connaissances sur les opportunités de financement, expliquant :

«Je pense que le réseautage avec d'autres leaders d'entreprise est évidemment très important. Je participe à quelques groupes de paires/pairs... Plusieurs personnes m'ont accompagnée de leurs conseils d'affaires au fil des ans, juste pour aider... avoir quelqu'un à qui parler, car dans la plupart des petites entreprises, il n'y a pas de conseil consultatif ou de conseil d'administration, et le leader est très, très seul. Alors, en quelque sorte, vous devez créer votre réseau de soutien.» [P9]

Les participantes ont partagé les différentes méthodes qu'elles ont trouvées utiles pour acquérir les connaissances et compétences nécessaires à la création de leur entreprise. Cela incluait l'apprentissage autodirigé, comme la recherche et les cours en ligne, la recherche de conseils auprès de mentors et accompagnateurs professionnels, l'engagement dans des programmes spécialisés, comme les incubateurs et accélérateurs, ainsi que l'exploitation de réseaux personnels et de paires/pairs pour accéder à des conseils pratiques, des analyses et des ressources. Ces stratégies

leur permettent de surmonter les obstacles systémiques et structurels présents pour les femmes entrepreneures tout en naviguant dans la complexité du paysage entrepreneurial.

Les recommandations et les stratégies pour les institutions financières

Les entretiens avec les participantes ont révélé les lacunes systémiques existantes dans la manière dont les institutions financières interagissent avec les femmes entrepreneures. Par exemple, quelques participantes ont critiqué le soutien actuel offert par les institutions financières, où les initiatives pour les femmes se résument souvent à des «webinaires, ateliers ou événements de réseautage» (participante 2) et tiennent compte des femmes entrepreneures «dans leur ensemble», reconnaissant tous les aspects de leurs expériences entrepreneuriales. [P1]

«Je pense qu'il y a une déconnexion. Les institutions financières ont besoin de véritables entrepreneures dans leurs équipes pour représenter leurs banques. Mais je pense que le plus important, c'est que nous n'avons pas besoin de plus d'informations. Nous avons juste besoin d'avoir accès au capital.» [P2]

En général, les participantes ont souligné le besoin de changement institutionnel dans la manière dont la capitalisation et le financement sont structurés pour les femmes entrepreneures, faisant appel à des approches qui vont au-delà du simple soutien symbolique. Ces soutiens et services devraient être personnalisés et adaptés à la diversité des expériences vécues par les femmes entrepreneures.

«Changez vos références. Vous présentez une initiative pour des organisations ou entrepreneurs sous-représentés, mais la réalité des points de référence n'a pas

changé depuis leur création... vous ne considérez pas l'expérience vécue.» [P12]

La participante 11 a souligné que les institutions financières et les partenaires corporatifs devraient inclure activement des entreprises issues de la diversité dans leurs contrats afin d'offrir un soutien structurel significatif et des opportunités :

«Même de la part de la banque elle-même, il pourrait y avoir plus d'efforts pour travailler de concert avec les personnes issues de la diversité et faire davantage affaire avec elles. À la place... Elles [les banques] donnent toujours les avantages aux grandes entreprises et s'attendent ensuite à ce que vous travailliez sous ces grandes entreprises. C'est donc le genre de ressources et de soutien qu'elles pourraient fournir, nous inclure en tant que fournisseurs issus de la diversité dans leur chaîne de fournisseurs. Pour vraiment nous inclure, pour nous donner une place à la table. Il n'est pas nécessaire que ce soit un contrat de cinq millions de dollars. Je pourrais gérer un contrat de cinq millions, voire dix millions de dollars sans être soumise à une autre entreprise, mais au lieu de ça, c'est toujours au jour le jour.» [P11]

La participante 6 a proposé des suggestions concernant la nécessité pour les institutions financières d'offrir soutien et éducation après avoir alloué du financement aux femmes entrepreneures. Cette aide post-financement vise à aider les femmes à gérer le capital et à atténuer la crainte de la dette.

«Mais vous, d'un point de vue financier, vous devriez peut-être aussi offrir une forme de sécurité aux femmes. Accompagnez-les et restez avec elles après le financement. Il ne s'agit pas seulement de leur donner de l'argent et dire : eh bien, débrouillez-vous par vous-même, n'est-ce pas ? La gestion des fonds que vous avez confiés aux femmes.» [P6]



En général, les participantes ont souligné un déficit dans le soutien institutionnel qui ne tient pas compte des aspects personnels de l'expérience entrepreneuriale des femmes, suggérant que les institutions financières adoptent une approche plus holistique et équitable pour soutenir les femmes entrepreneures. Plus précisément, les institutions financières devraient intégrer une perspective intersectionnelle dans leurs programmes de soutien financier afin de mieux répondre aux besoins et défis variés et de favoriser la croissance à long terme des femmes entrepreneures.

Le soutien supplémentaire que les femmes entrepreneures demandent

Lorsqu'on a demandé quels soutiens et/ou ressources supplémentaires pourraient constituer un avantage pour les femmes entrepreneures, en dehors du soutien financier, quelques participantes ont souligné l'importance du soutien relationnel et communautaire dans leur parcours entrepreneurial. Par exemple, la participante 4 a développé :

«Si vous pouvez établir ces relations... Et s'il y a un moyen de développer une sorte de communauté... C'est votre point de

contact. Cela vous attire régulièrement dans la communauté et vous sentez que vous êtes prise en charge, n'est-ce pas ? ... Ils comprennent l'état d'esprit des entrepreneurs. Quelles sont leurs difficultés, quels sont ces défis courants, ces points douloureux, tant dans leur entreprise, ou dans les réalités de la vie ? Créer une sorte de... Une communauté comme celle-là serait... assez vaste, à mon avis. Parce qu'alors, vous créez automatiquement la confiance envers les gens.» [P4]

La participante 12 a en outre insisté sur l'importance de développer des relations, en particulier avec les communautés qui ont historiquement fait face à une discrimination systémique au sein des institutions bancaires traditionnelles.

«Ce sont les mêmes communautés qui se sont plaintes de votre traitement envers elles dans les institutions à charte. Dans les banques publiques, quand les gens arrivent avec une pièce d'identité, ils remettent en question leur identité. Les banques supposent que tout chèque supérieur à 25 000 \$ doit être frauduleux... elles nous disent oui, nous pouvons demander des prêts, puis à la dernière minute, elles disent non, nous avons besoin d'un répondant, ou elles prétendent que l'entreprise ne semble pas viable. Il n'y a aucune relation avec nous, aucune compréhension des défis et des obstacles auxquels nous sommes confrontées. Alors pourquoi vous attendriez-vous à ce qu'on vienne frapper à la porte parce que vous avez de l'argent ?» [P12]

Par ailleurs, les participantes ont également souligné que le réseautage, le mentorat, la visibilité et la reconnaissance peuvent être des sources puissantes de soutien pour les femmes entrepreneures, en particulier celles des secteurs sous-représentés. La participante 7 a décrit :

«... le marketing dans les médias sociaux est essentiel pour promouvoir certaines des femmes locales... proposer ce type d'infrastructure serait excellent... certains de leurs... des courriels au sujet de... Voici ce que signifie vraiment le financement de la dette, ou voici comment rédiger un plan d'affaires ou, vous savez, s'il y avait du mentorat dans ce domaine, où la récompense viendrait avec une sorte de mentorat avec un conseiller.» [P7]

La participante 11 a proposé qu'un processus de candidature plus simple et accessible pourrait être bénéfique, en particulier pour les entrepreneures se trouvant aux premiers stades de leur entreprise.

«Les banques rendent les choses très difficiles. Elles demandent toutes ces choses quand vous êtes seulement au démarrage d'une entreprise, que vous ne pouvez pas les fournir, ou que vous n'avez pas le temps de vous asseoir et de passer en revue les documents, car vous avez votre propre entreprise à maintenir et à gérer en même temps. Elles devraient donc simplifier un peu le processus, offrir plus de soutien, expliquer ce type de paperasse et ces types de demandes, et donner plus de conseils aux gens. Même si vous obtenez un prêt, dois-je en prendre un avec un taux d'intérêt différent ? Est-ce que je le fais pour deux ans ou est-ce que je la prends pour cinq ans ? Quel taux d'intérêt devrais-je choisir ? Tout ce genre de choses entre en jeu. Vous lancez votre entreprise, vous voulez comprendre ces choses.» [P11]

Ces perspectives et recommandations prouvent que soutenir les femmes entrepreneures nécessite de créer des systèmes de soutien relationnels, communautaires et personnels, comme la mise en place d'opportunités de réseautage et de mentorat dignes de confiance et inclusives pour les femmes entrepreneures.

Conclusion et recommandations

Conclusion

Ce rapport a examiné les expériences des services bancaires d'affaires des femmes entrepreneures canadiennes, en mettant l'accent sur les obstacles rencontrés pour accéder au financement et les stratégies qu'elles utilisent pour surmonter ces défis.

Les femmes entrepreneures jouent un rôle important dans l'économie canadienne et représentent une importante opportunité pour les institutions financières. Environ 20 % des entreprises du secteur privé sont majoritairement détenues par des femmes, elles génèrent plus de 90 milliards de dollars de revenus et emploient près d'un million de personnes. Au-delà de leurs contributions économiques directes, les femmes entrepreneures jouent un rôle majeur dans le renforcement des communautés grâce à des effets multiplicateurs qui soutiennent la croissance économique. Par exemple, 99,2 % des entreprises détenues en majorité par des femmes déclarent avoir une mission sociale, environnementale ou culturelle bien définie, ce qui signifie qu'elles sont bien placées pour promouvoir la durabilité, la résilience climatique et un changement social positif. Cependant, les entreprises détenues par des femmes ont tendance à être plus petites, 92,7 % des PME majoritairement détenues par des femmes comptant moins de 20 personnes à leur emploi, ce qui peut poser des défis plus importants en matière de génération de revenus, d'accès au financement et de capacité de croissance de leur entreprise.

Les résultats du sondage et des entretiens mettent en lumière des lacunes persistantes dans les pratiques actuelles d'évaluation des risques et de prêts. Comparées aux entreprises majoritairement détenues par des hommes et à parts égales, les entreprises détenues par des femmes font face à des taux d'intérêt plus élevés pour les lignes de crédit, à des exigences de garanties plus strictes et à des préjugés liés au genre, ce qui souligne la nécessité pour les institutions financières de revoir et d'affiner les pratiques existantes. Les institutions financières devraient également réévaluer la manière dont les « cinq C » traditionnels peuvent être modifiés afin d'assurer des processus d'évaluation cohérents et objectifs. De plus, les participantes à l'entretien ont souligné que l'accès au financement dépend souvent de leur positionnement sectoriel, de la disponibilité de garanties commerciales et de la manière dont leurs activités sont évaluées par les institutions financières. Collectivement, ces analyses montrent qu'il y a une opportunité pour les banques de développer des solutions de financement plus flexibles et équitables afin de répondre aux besoins non satisfaits, tout en libérant la croissance de marchés peu desservis.

Les résultats soulignent également que les femmes entrepreneures ayant des identités croisées font face à des obstacles multiples. Parmi les répondantes au sondage, 38 % se sont identifiées comme vivant avec un

handicap, 35 % comme racisées, 24 % comme immigrées, 21 % comme membres de la communauté 2ELGBTQI+ et 13 % comme Autochtones. Les institutions financières qui adoptent des approches adaptées à la culture et à l'intersectionnalité et reconnaissent la gamme complète de l'expérience des femmes entrepreneures sont mieux placées pour instaurer la confiance, approfondir les relations et être des leaders en matière de finances inclusives. Sur la base de ces résultats, les recommandations suivantes sont proposées.

Recommandations

- Réviser et mettre à jour les outils automatisés d'évaluation du crédit. Les traditionnels « cinq C de crédit » doivent être révisés pour réduire les écarts involontaires dans les processus d'évaluation.
- Développer de nouvelles approches de cotes de crédit et des options de garantie conçues pour les entreprises détenues par des femmes.
- Concevoir des produits financiers qui tiennent compte des caractéristiques uniques et des schémas de croissance des entreprises du secteur des services, où les femmes sont fortement représentées.
- Former le personnel des banques sur les préjugés inconscients, le conseil sensible au genre et les contextes uniques des femmes entrepreneures, leur permettant d'offrir un accompagnement clientèle plus efficace et de développer des relations plus solides.
- Faire progresser la représentation des femmes issues de la diversité dans les postes de prise de décision importants, y compris les postes de direction et décisionnels en matière de crédit, car leurs perspectives peuvent améliorer le développement de produits, l'évaluation des risques et la planification stratégique.
- Concevoir des programmes et services intersectionnels qui soutiennent les femmes entrepreneures issues de divers horizons (par exemple, femmes racisées, nouvelles venues, femmes vivant avec un handicap et femmes 2ELGBTQI+). Cela inclut des critères d'éligibilité inclusifs et des services de conseil adaptés à la culture.
- Exploiter des initiatives et programmes axés sur les femmes pour faciliter des opportunités de réseautage à forte valeur ajoutée qui mettent la clientèle en relation avec des groupes et leaders spécifiques à l'industrie, des leaders d'entreprise à succès et des partenaires potentiels.
- Mettre en place des programmes de mentorat individuel (le format préféré de 61 % des répondantes), qui peuvent renforcer les relations et la fidélité.
- Développer des communautés en ligne pour un engagement continu, un soutien entre paires/pairs et un partage de connaissances entre les clientes entrepreneures.
- Offrir des formations et des ressources axées sur les stratégies de croissance,



la croissance et la gestion financière pendant les périodes d'expansion afin d'aider les femmes à développer leur entreprise.

- Mettre en place des programmes de développement des compétences dans les domaines où les femmes déclarent un niveau de confiance plus faible et veiller à ce que les programmes soient accessibles et flexibles.
- Soutenir le développement de cadres de transparence sectoriels et de mécanismes de mesure de l'équité.
- À l'échelle internationale, le *UK Investing in Women Code* est considéré comme une

pratique exemplaire et a inspiré le *Women Entrepreneurs Finance Code* (le WE Finance Code), lancé au sein de la Banque mondiale en 2023. Ce dernier comprend des normes et des mécanismes visant à favoriser l'entrepreneuriat des femmes. Il serait opportun d'envisager de déclarer volontairement des données de prêt ventilées selon des facteurs démographiques pertinents, afin de mieux éclairer l'élaboration des politiques et des programmes.

- Utiliser les données pour affiner continuellement les services et identifier de nouvelles opportunités de marché dans des segments sous-desservis.

Annexes

Renseignements commerciaux

Propriété d'entreprise

La plupart des répondantes ont déclaré détenir une participation majoritaire dans leur entreprise, 89 % possédant 51 % ou plus

de l'entreprise. On compte également 9 % des répondantes ayant déclaré une propriété conjointe de 50-50 avec un autre associé, ainsi que 2 % ayant déclaré détenir une part importante, mais pas majoritaire (30-49 %). Aucune des répondantes à ce sondage ne détenait une participation minoritaire inférieure à 30 %. (Tableau A1).

Tableau A1.

Propriété d'entreprise

Propriété	Fréquence	Pourcentage
En majorité détenue par des femmes (c.-à-d. 51 % ou plus)	132	89
A une femme comme associée à parts égales dans l'entreprise (c.-à-d. 50-50)	13	9
Une femme possède une part importante de l'entreprise (c.-à-d. de 30 à 49 %)	3	2
Une femme détient une certaine portion de l'entreprise (c.-à-d. de 1 à 29 %)	0	0
Nombre total de réponses	148 (réponses uniques)	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	5	
Total	153	

Années d'activité

En ce qui concerne les années d'activité, la plupart des répondantes ont déclaré avoir été en activité entre un et six ans, 29 % se situant entre un et trois ans et 27 % entre quatre à

six ans. 16 % étaient en activité depuis sept à dix ans, tandis que 23 % ont indiqué être en activité depuis plus de dix ans. Seule une petite part (5 %) a déclaré être en activité depuis moins d'un an. (Tableau A2).

Tableau A2.

Années d'activité

Années d'activité	Fréquence	Pourcentage
1 à 3 ans	44	29
4 à 6 ans	40	27
Plus de 10 ans	35	23
7 à 10 ans	24	16
Moins d'un an	7	5
Nombre total de réponses	150 (réponses uniques)	100
Manquants	3	
Total	153	

Phase de l'entreprise

La majorité des répondantes ont déclaré être en phase de croissance ou d'expansion de leur entreprise (57 %), ce qui indique que beaucoup ont déjà dépassé la phase de démarrage initiale. 27 % ont indiqué être en

phase de prototype ou de démarrage, tandis que 16 % ont déclaré fonctionner à un stade mature avec des ventes et des revenus stables. Seule une petite part (1 %) était encore à l'étape de conception. (Tableau A3).

Tableau A3.

Phase de l'entreprise

Phase	Fréquence	Pourcentage
Croissance ou expansion (c.-à-d. produit fonctionnel, revenus réguliers, expansion de la base de clientèle, recrutement pour répondre aux besoins)	83	57
Prototype ou démarrage (c.-à-d. valider un produit ou une solution sur le marché; recherche et développement; commercialisation)	39	27
Maturité (stabilité des ventes et du chiffre d'affaires)	24	16
Concept (c.-à-d. explorer un problème et une solution potentielle)	1	1
Nombre total de réponses	147	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	6	
Total	153	

Industrie ou secteur

Selon les données du sondage, les répondantes représentaient un large éventail d'industries, la plus grande part (23,3 %) œuvrant dans les services professionnels, scientifiques et techniques. Cela était suivi par les « autres » industries avec 18,7 % et le commerce de détail (7,3 %). Les soins de santé et l'assistance sociale (6,7 %), la gestion d'entreprises et d'entreprises (6 %), ainsi que les arts, le divertissement et les loisirs (6 %) étaient également des secteurs notables. (Tableau A4).

Dans les réponses écrites, les femmes ont décrit un large éventail d'autres industries

non incluses dans les catégories standard. Cela incluait le marketing, la stratégie de marque, les médias et les communications, les produits non consommables sur place, l'éducation et le développement professionnel, les services de bien-être et de beauté, le conseil, les services axés sur la communauté, les entreprises liées au paysagisme et à l'agriculture, la transformation alimentaire, ainsi que les entreprises axées sur la technologie ou le design. Quelques répondantes ont également noté opérer simultanément dans plusieurs secteurs, reflétant des modèles économiques interdisciplinaires ou hybrides.

Tableau A4.

Industrie ou secteur

Industrie ou secteur	Fréquence	Pourcentage
Hébergement et restauration	6	4
Soins de santé et assistance sociale	10	6,7
Commerce de détail	11	7,3
Services professionnels, scientifiques et techniques	35	23,3
Gestion de compagnies et d'entreprises	9	6
Industries de l'information et culturelles	1	0,7
Immobilier, location et crédit-bail	2	1,3
Arts, divertissement et loisirs	9	6
Services éducatifs	8	5,3
Autres services (sauf l'administration publique)	8	5,3
Administration publique	0	0
Services administratifs et de soutien, gestion des déchets et dépollution	1	0,7
Finances et assurances	2	1,3
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1	0,7
Exploitation minière, carrières et extraction de pétrole et de gaz	0	0
Services publics	1	0,7

Industrie ou secteur	Fréquence	Pourcentage
Construction	5	3,3
Fabrication	7	4,7
Commerce de gros	6	4 %
Transport et entreposage	0	0
Autres	28	18,7
Nombre total de réponses	150	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	3	
Total	153	

Produits et services proposés

Selon les données du sondage, près de la moitié des répondantes (50 %) ont déclaré proposer des services, tandis que 28 % ont indiqué proposer un mélange de produits et

services. Les entreprises offrant seulement des produits tangibles représentaient 17 % des réponses, et une part plus faible (3 %) a déclaré opérer un logiciel en tant que service (SaaS). (Tableau A5).

Tableau A5.

Produits et services offerts

Produits et services offerts	Fréquence	Pourcentage
Produit tangible	25	17
Services	74	50
Mélange de produits et services	42	28
Logiciel en tant que service (SaaS)	5	3
Autre (veuillez préciser) :	3	2
Nombre total de réponses	149	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	4	
Total	153	

Engagement dans l'entreprise

Selon les données du sondage, la plupart des répondantes travaillent à temps plein dans

leur entreprise, 81 % indiquant s'y engager à temps plein contre 19 % déclarant y travailler à temps partiel. (Tableau A6).

Tableau A6.

Engagement dans l'entreprise

Engagement dans l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
À plein temps	119	81
À temps partiel	28	19
Nombre total de réponses	147	100
Manquant/Préfère ne pas répondre	6	
Total	153	

Nombre d'employées et employés

Les résultats du sondage montrent que la plupart des répondantes fonctionnent à titre de petites entreprises, 40 % s'identifiant comme travailleuses autonomes et 35 %

déclarant embaucher entre une et cinq personnes. Un autre 13 % indiquaient avoir entre 6 et 10 personnes à leur emploi, tandis qu'une faible part (3 %) a déclaré embaucher plus de 25 personnes. (Tableau A7).

Tableau A7.

Nombre d'employées et employés

Nombre d'employées et employés	Fréquence	Pourcentage
Travailleuses autonomes (0 employée/employé)	60	40
1 à 5 employées/employés	53	35
6 à 10 employées/employés	19	13
11 à 25 employées/employés	12	8
26 à 50 employées/employés	1	1
51 à 100 employées/employés	1	1
101 à 250 employées/employés	0	0
250+ employées/employés	1	1
Nombre total de réponses	147	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	6	
Total	153	

Structure de l'entreprise

Selon les données du sondage, la grande majorité des répondantes (79 %) ont indiqué que leur entreprise est constituée en société, tandis que 15 % ont déclaré

que leur entreprise est enregistrée, mais qu'elles sont travailleuses autonomes. Une faible part s'identifiait comme travailleuses indépendantes (entreprise non enregistrée) (3 %), et seul 1 % déclaraient opérer en tant que société en nom collectif. (Tableau A8).

Tableau A8.

Structure de l'entreprise

Structure	Fréquence	Pourcentage
Entreprise non enregistrée, je suis travailleuse autonome	4	3
Entreprise enregistrée, je suis travailleuse autonome	23	15
Entreprise incorporée	119	79
En nom collectif	2	1
Autre (veuillez préciser) :	2	1
Nombre total de réponses	150	100 %
Manquant/Préfère ne pas répondre	3	
Total	153	

Ventes annuelles

Selon les résultats du sondage, la plupart des répondantes ont déclaré des ventes annuelles inférieures à 250 000 \$, dont 32,6 % des revenus inférieurs à 50 000

\$. Les revenus des entreprises de taille moyenne entre 250 000 et 5 millions de dollars représentaient 35,5 % des entreprises participant au sondage, tandis que seules 1 % ont déclaré plus de 5 millions de dollars de ventes annuelles. (Tableau A9).

Tableau A9.

Ventes annuelles

Ventes annuelles au cours du dernier exercice	Fréquence	Pourcentage
Moins de 50 000 \$	46	33
50 000 \$ – 100 000 \$	18	13
100 000 \$ – 250 000 \$	24	17
250 000 \$ – 1 000 000 \$	29	21
1 000 000 \$ – 5 000 000 \$	21	15
5 000 000 \$ – 10 000 000 \$	1	1
10 000 000 \$ – 25 000 000 \$	1	1
25 000 000 \$ – 50 000 000 \$	1	1
Plus de 50 000 000 \$	0	0
Nombre total de réponses	141	100
Manquant/Préfère ne pas répondre	12	
Total	153	

Emplacement principal de l'entreprise

Les données montrent que la majorité des répondantes (54 %) ont indiqué l'Ontario comme principal lieu d'activité, suivi de la Colombie-Britannique (16 %) et de l'Alberta

(13 %). Les autres provinces avaient une représentation nettement plus faible, chacune représentant moins de 5 % des réponses totales, sans représentation de l'Île-du-Prince-Édouard, du Nunavut, des Territoires du Nord-Ouest et du Yukon. (Tableau A10).

Tableau A10.

Emplacement de l'entreprise

Emplacement principal de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Colombie-Britannique	24	16
Alberta	20	13
Saskatchewan	4	3
Manitoba	7	5
Ontario	81	54
Québec	7	5
Nouveau-Brunswick	1	1
Nouvelle-Écosse	4	3
Île-du-Prince-Édouard	0	0
Terre-Neuve-et-Labrador	2	1
Nunavut	0	0
Territoires du Nord-Ouest	0	0
Yukon	0	0
Nombre total de réponses	150	100
Manquant ou préfère ne pas répondre	3	
Total	153	

Références

1. Statistique Canada. (2021). *Indicateurs d'entreprise par genre de propriété*. [Calculs du DI].
2. Statistique Canada. (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
3. Cukier, W., Tut, D., et Gunderson, M. (En révision). Too big to fail vs. too small to see: investigating barriers to sustainability and multiplier spillover effects of women entrepreneurs. In *Diversity and sustainability: An enterprising perspective*. Brookes, UK. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4664053><https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4664053>
4. Cukier, W. et Gunderson, M. (2024, 10 février). *Why does Canada's industrial policy favour Big Business over Main Street?* The Globe and Mail. <https://www.theglobeandmail.com/business/commentary/article-why-does-canada-industrial-policy-favour-big-business-over-main/>
5. Statistique Canada (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
6. Statistique Canada. (2022, 2 mars). *Caractéristiques des propriétaires de petites et moyennes entreprises*. https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=3310045901&request_locale=fr
7. Cook, S. (2023, 14 mai). Indigenous women entrepreneurs in economic, interactive spotlight. *The Free Press*. <https://www.winnipegfreepress.com/breakingnews/2023/05/14/indigenous-women-entrepreneurs-in-economic-interactive-spotlight>
8. Ostrovsky, Y., et Picot, G. (2020, 9 juin). *Innovation au sein des entreprises appartenant à des immigrants au Canada*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11f0019m/11f0019m2020009-fra.htm>
9. Akbar, M., et Preston, V. (2023). Entrepreneurial activities of Canadian Bangladeshi women in Toronto: a family perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 49(11), 2817-2836. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2021.2010522>
10. Walsh, L., et Cooney, T. (2023). Understanding the interplay between immigrant nascent entrepreneurship and cross-cultural adaptation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(5), 919-946. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2021-0472>
11. Diversity Institute. (2017). *Immigrant Entrepreneurship: Barriers and Facilitators to Growth*. <https://www.torontomu.ca/content/dam/diversity/reports/ImmigrantEntrepreneur.pdf> - Résumé en français: <https://fsc-ccf.ca/fr/references/immigrant-entrepreneurship-barriers-and-facilitators-to-growth-2/>
12. Padilla-Meléndez, A., Plaza-Angulo, J. J., Del-Aguila-Obra, A. R., et Ciruela-Lorenzo, A. M. (2022). Indigenous Entrepreneurship. Current issues and future lines. *Entrepreneurship and Regional Development*, 34(1-2), 6-31. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.2011962>
13. Intungane, D., Long, J., Gateri, H., et Dhungel, R. (2024). Employment barriers for racialized immigrants: A review of economic and social integration support and gaps in Edmonton, Alberta. *Genealogy (Basel)*, 8(2), 40-. <https://doi.org/10.3390/genealogy8020040>
14. A Akbar, M., et Preston, V. (2023). Entrepreneurial activities of Canadian Bangladeshi women in Toronto: a family perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 49(11), 2817-2836. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2021.2010522>
15. Tweedle, J., Lafrance-Cooke, A., Oakes, R., et Imecs, A. (2023, 27 septembre). *Visibilité du crédit des immigrants : accès au crédit au Canada au fil du temps*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/36-28-0001/2023009/article/00001-fra.htm>
16. Kidney, E., McAdam, M., et Cooney, T. M. (2024). Everyday prejudices: an intersectional exploration of the experiences of lesbian and gay entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2022-1114>

17. Statistique Canada. (2024, 3 avril). *Le taux d'incapacité au Canada a augmenté en 2022*. <https://www.statcan.gc.ca/o1/fr/plus/5980-le-taux-dincapacite-au-canada-augmente-en-2022>
18. Balcazar, F. E., Murthy, S., Gibbons, T. M., Sefandonakis, A., Renko, M., Harris, S. P., et Caldwell, K. (2023). Supports and barriers that entrepreneurs with disabilities encounter when starting their businesses. *Rehabilitation Psychology*, 68(1), 91-101. <https://doi.org/10.1037/rep0000479>
19. Statistique Canada. (2024, 3 avril). *Le taux d'incapacité au Canada a augmenté en 2022*. <https://www.statcan.gc.ca/o1/fr/plus/5980-le-taux-dincapacite-au-canada-augmente-en-2022>
20. Statistique Canada (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
21. Forum économique mondial (Avril 2024). *The state of social enterprise: A review of global data 2013–2023*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_State_of_Social_Enterprise_2024.pdf
22. Statistique Canada. (2024, 27 août). *Pratiques environnementales en place par les entreprises ou les organismes, troisième trimestre de 2024*. https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=3310088201&request_locale=fr
23. Statistique Canada. (2020). *Enquête 2017 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
24. Statistique Canada. (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
25. Statistique Canada. (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
26. Statistique Canada. (2020). *Enquête 2017 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
27. Statistique Canada. (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
28. Statistique Canada. (2020). *Enquête 2017 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
29. Ontario BIA Association. (2019, 14 août). *10,000 women making \$1M each: Important mission goes digital*. <https://obiaa.com/digital-main-street/10000-women-making-1m-each-important-mission-goes-digital/>
30. Houston, M. (2024, 16 octobre). *What's holding women entrepreneurs back from 1 million?* *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/melissahouston/2025/10/16/whats-holding-women-entrepreneurs-back-from-1-million/>
31. Statistique Canada. (2025). *Enquête 2023 sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*. [Calcul du Diversity Institute].
32. OCDE. (2025). *Bridging the Finance Gap for Women Entrepreneurs*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/11/bridging-the-finance-gap-for-women-entrepreneurs_f769acd/75b52972-en.pdf
33. EDC. (2023). *Conseils financiers pour les entrepreneures canadiennes*. <https://www.edc.ca/fr/blogue/conference-edc-oeefc-femmes-en-commerce.html>
34. We-fi. (2025). *Supporting Women Entrepreneurs in Developing Countries: What works?* https://we-fi.org/wp-content/uploads/2025/05/We-Fi-Evidence-Paper-2025.pdf?utm_source=chatgpt.com
35. Pavlova, E., et Gvetadze, S. (2023). *Female access to finance: a survey of literature*. https://www.eif.org/news_centre/publications/eif_working_paper_2023_87.pdf
36. Liu, W., et Cowling, M. (2023, 19 juillet). Conforming to gender stereotypes and entrepreneurs' financing outcomes. *British Journal of Management*, 35(2), 1059-1075. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12753>
37. Malmström, M., Burkhard, B., Sirén, C., Shepherd, D., et Wincent, J. (2024). A meta-analysis of the impact of entrepreneurs' gender on their access to bank finance. *Journal of Business Ethics*, 192(4), 1-18. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05542-6>
38. Singh, Sumanjeet et Dash, Bishnu Mohan (2021) Gender Discrimination in Accessing Finance by Women-Owned Businesses: A Review. *Journal of International Women's Studies* 22(9). <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol22/iss9/25>
39. Bannò, M., D'Allura, G. M., Coller, G., et Varum, C. (2023). Men are from Mars, women are from Venus: on lenders' stereotypical views and the implications for a firm's debt. *Journal of Management and Governance*, 27(2), 651-687. <https://doi.org/10.1007/s10997-022-09641-ww>
40. CapitalOne. (2024). *What are the 5 C's of credit?* <https://www.capitalone.com/learn-grow/money-management/five-cs-of-credit/>

41. Nguyen, N., Hideg, I., Engel, Y., et Godart, F. (2023). Benevolent Sexism and the Gender Gap in startup evaluation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(2), 506–546. <https://doi.org/10.1177/10422587231178865>
42. Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K., et Brush, C. (2019). Don't pitch like a girl!: How gender stereotypes influence investor decisions. *Entrepreneurship theory and practice*, 43(1), 116–137. <https://doi.org/10.1177/1042258717728028>
43. Zhang, Q., et Chen, S. (2025). Double standards in roadshows: the impact of investors' dynamic gender-based bias on the financing performance of women entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 1355–2554. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-11-2023-1188>
44. Pavlova, E., et Gvetadze, S. (2023). *Female access to finance: a survey of literature*. https://www.eif.org/news_centre/publications/eif_working_paper_2023_87.pdf
45. Crawford, E. (2024). 'Does your husband know what you're doing?' Women entrepreneurs face bias at the bank. *City News Everywhere* <https://vancouver.citynews.ca/2024/06/09/women-entrepreneurs-bias-financing/>
46. OCDE. (2025). *Bridging the Finance Gap for Women Entrepreneurs*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/11/bridging-the-finance-gap-for-women-entrepreneurs_f769acc-d/75b52972-en.pdf
47. We-Fi. (2024). *Women entrepreneurs: Creating jobs building futures*. <https://www.we-fi.org/results/>
48. BCGEU. (2023). *Proxy alert regarding the racial equity audit proposals at RBC and BMO*. https://share.ca/wp-content/uploads/2023/03/PROXY-ALERT_RBC_also helpBMO_racial-equity-audit.pdf
49. Innovation, Sciences et Développement économique Canada. (2023, 16 mars). *Fonds pour l'écosystème de la SFE*. <https://ised-isde.canada.ca/site/isde/fr/programmes-initiatives/strategie-pour-femmes-entrepreneuriat/fonds-pour-lecosysteme-sfe>
50. Gouvernement du Canada. (2023, 30 octobre). *Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat : Rapport d'étape 2022*. <https://ised-isde.canada.ca/site/women-entrepreneurship-strategy/en/women-entrepreneurship-strategyprogress-report-2022>
51. Banque de développement des entreprises du Canada. (s.d.). *Prêt entrepreneuriat inclusif*. <https://www.bdc.ca/fr/financement/pre-entrepreneuriat-inclusif>
52. Scotiabank. (s.d.). *L'initiative Femmes de la Banque Scotia*. <https://www.scotiabank.com/women-initiative/ca/fr.html>
53. Groupe financier BMO. (s.d.) *BMO pour Elles*. https://www.bmoformwomen.com/fr/?utm_source=chatgpt.com
54. Banque TD. (S.d.). *La TD soutient les femmes en affaires – Nous vous voyons/Canada Trust TD*. <https://www.td.com/ca/fr/entreprises/petite-entreprise/femmes-en-affaires>
55. Produits naturels Canada. (2023). *TD and NPC shine spotlight on female entrepreneurs*. <https://www.naturalproductscanada.com/news/td-bank-and-npc-shine-spotlight-on-female-entrepreneurs/>



Sponsorisé par :



Women Entrepreneurship
Knowledge Hub
Portail de connaissances
pour les femmes
en entrepreneuriat

TED
ROGERS
SCHOOL
OF MANAGEMENT

DiVERSITY
INSTITUTE