

Haute Ecole  
« ICHEC – ECAM – ISFSC »



Enseignement supérieur de type long de niveau universitaire

## **Motivations et défis des entrepreneures bruxelloises : l'influence des réseaux et des programmes d'accompagnement féminins**

Mémoire présenté par :

**Noémie WINERLAK**

Pour l'obtention du diplôme de :

**Master en gestion de l'entreprise**

Année académique 2023-2024

Promoteur :

**Laurent Lahaye**

Avant de commencer la lecture de ce mémoire, je tiens à exprimer ma reconnaissance envers toutes les personnes qui m'ont aidé à l'élaborer et qui m'ont soutenu dans sa rédaction.

En premier lieu, je souhaite adresser mes remerciements à mon promoteur, Monsieur Laurent Lahaye, pour sa disponibilité, son attention et ses précieux conseils qui ont contribué au développement et l'amélioration de mes idées.

Ensuite, j'exprime ma gratitude envers toutes les personnes qui ont accepté de répondre à mes demandes d'entretien et qui ont largement investi de leur temps :

- Madame Sophie Legrand, manager et chargée de projet à Liège et au Luxembourg au sein du réseau Diane ;
- Madame Juliette Bodson, fondatrice de la Kifpreneure Academy ;
- Mesdames Hanna Bonnier et Audrey Kamali, coordinatrices de l'entrepreneuriat féminin chez hub.brussels ;
- Madame Yasemine Tilquin, responsable Entrepreneuriat féminin chez CREDAL ;
- Madame Aurélie Mulowa, fondatrice de Belgian Entrepreneures ;
- Madame Marie Jemine, entrepreneure et fondatrice de L'Empoteuse ;
- Madame Ece Aksakoglu, porteuse de projet et participante au WomenLab ;
- Madame Carole Duvivier, porteuse de projet et participante au WomenLab ;
- Madame Marion De Backer, coordinatrice de projet du WomenLab ;
- Madame Caroline Hanisz, entrepreneure et fondatrice de Hey Charlie.

Toutes, par leur patience et extrême gentillesse, ont apporté leur précieuse contribution à l'élaboration de ce mémoire.

Mes remerciements vont également vers ma Maître de stage, Melina Keroulis ainsi que tous les membres de Groupe One (asbl où j'ai effectué mon stage) pour leur aide dans la collecte d'informations, la mise en relation avec des contacts précieux et leur temps consacré à mes demandes et à l'écoute afin de m'aider à élaborer mon mémoire.

Enfin, je suis extrêmement reconnaissante envers ma famille proche, mes parents, ma sœur et mes amis pour leur présence à mes côtés lors de mes cinq années d'étude à l'ICHEC mais également pour leur encouragement et leur soutien infaillible tout au long de ces années, ainsi que lors de cette dernière étape cruciale, où de nombreux d'entre eux ont pris le temps de s'investir à mes côtés.

## Engagement antiplagiat

« Je soussignée, WINERLAK Noémie, en Master 2, déclare par la présente que le mémoire ci-joint est exempt de tout plagiat et respecte en tous points le règlement des études en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses signé lors de mon inscription à l'ICHEC, ainsi que les instructions et consignes concernant le référencement dans le texte respectant la norme APA, la bibliographie respectant la norme APA, etc. mise à ma disposition sur Moodle.

Sur l'honneur, je certifie avoir pris connaissance des documents précités et je confirme que le mémoire présenté est original et exempt de tout emprunt à un tiers non cité correctement. »

Dans le cadre de ce dépôt en ligne, la signature consiste en l'introduction du mémoire via la plateforme ICHEC-Student.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Winér Lak Noémie', with a stylized flourish at the end.

09/06/2024

# Déclaration sur l'honneur sur le respect des règles de référencement et sur l'usage des IA génératives dans le cadre du mémoire ou d'un travail

« Je soussignée, WINERLAK Noémie, en Master 2, déclare par la présente que le travail ci-joint respecte les règles de référencement des sources reprises dans le règlement des études en signé lors de mon inscription à l'ICHEC (respect de la norme APA concernant le référencement dans le texte, la bibliographie, etc.) ; que ce travail est l'aboutissement d'une démarche entièrement personnelle; qu'il ne contient pas de contenus produits par une intelligence artificielle sans y faire explicitement référence. Par ma signature, je certifie sur l'honneur avoir pris connaissance des documents précités et que le travail présenté est original et exempt de tout emprunt à un tiers non-cité correctement.»



09/06/2024

Je soussigné(e), ..... **Winierlak Noémie - 190321** ..... (nom + numéro de matricule), déclare sur l'honneur les éléments suivants concernant l'utilisation des intelligences artificielles (IA) dans mon travail / mémoire :

Type d'assistance		Case à cocher
Aucune assistance	J'ai rédigé l'intégralité de mon travail sans avoir eu recours à un outil d'IA générative.	
Assistance avant la rédaction	J'ai utilisé l'IA comme un outil (ou moteur) de recherche afin d'explorer une thématique et de repérer des sources et contenus pertinents.	
Assistance à l'élaboration d'un texte	J'ai créé un contenu que j'ai ensuite soumis à une IA, qui m'a aidé à formuler et à développer mon texte en me fournissant des suggestions.	X
	J'ai généré du contenu à l'aide d'une IA, que j'ai ensuite retravaillé et intégré à mon travail.	
	Certains parties ou passages de mon travail/mémoire ont été entièrement été générés par une IA, sans contribution originale de ma part.	
Assistance pour la révision du texte	J'ai utilisé un outil d'IA générative pour corriger l'orthographe, la grammaire et la syntaxe de mon texte.	X
	J'ai utilisé l'IA pour reformuler ou réécrire des parties de mon texte.	X
Assistance à la traduction	J'ai utilisé l'IA à des fins de traduction pour un texte que je n'ai pas inclus dans mon travail.	
	J'ai également sollicité l'IA pour traduire un texte que j'ai intégré dans mon mémoire.	
Assistance à la réalisation de visuels	J'ai utilisé une IA afin d'élaborer des visuel, graphiques ou images.	
Autres usages		

Je m'engage à respecter ces déclarations et à fournir toute information supplémentaire requise concernant l'utilisation des IA dans mon travail / mémoire, à savoir :

J'ai mis en annexe les questions posées à l'IA et je suis en mesure de restituer les questions posées et les réponses obtenues de l'IA. Je peux également expliquer quel le type d'assistance j'ai utilisé et dans quel but.

Fait à ..... **Wemmel** ..... (ville), le ..... **09/06/2024** .....(date)

Signature : ..... **Noémie Winierlak - 190321** .....[Prénom Nom de l'étudiant(e) et matricule]

## Table des matières

<b>Introduction générale .....</b>	<b>1</b>
<b>CHAPITRE 1 : Revue littéraire .....</b>	<b>3</b>
<b>Partie 1 : Concepts clés .....</b>	<b>3</b>
<b>1. L'entrepreneuriat .....</b>	<b>3</b>
1.1. Définition de l'entrepreneuriat .....	3
1.2. Définition de l'entrepreneuriat féminin .....	5
1.2.1. Évolution de l'entrepreneuriat féminin .....	6
1.3. Statistiques sur l'entrepreneuriat dans le monde .....	11
<b>2. Le réseau .....</b>	<b>13</b>
2.1. Contexte et définition .....	13
2.2. Le réseau professionnel .....	14
2.3. Le réseau professionnel féminin .....	14
<b>3. Programme d'accompagnement entrepreneurial .....</b>	<b>15</b>
3.1. Contexte et définition .....	15
3.2. Programme d'accompagnement féminin .....	17
<b>Partie 2 : Motivations des entrepreneures .....</b>	<b>19</b>
<b>1. Théories motivationnelles entrepreneuriales .....</b>	<b>19</b>
<b>2. Motivations de l'entrepreneur .....</b>	<b>20</b>
<b>3. Motivations des femmes entrepreneures .....</b>	<b>21</b>
<b>4. Diversité et typologies de profils d'entrepreneures .....</b>	<b>22</b>
4.1. 3 motivations entrepreneuriales féminines clés .....	23
<b>5. Conclusion .....</b>	<b>26</b>
<b>Partie 3 : Défis des entrepreneures .....</b>	<b>27</b>
<b>1. Dotations limitées .....</b>	<b>27</b>
1.1. Actifs .....	27
1.2. Niveau d'éducation et compétences .....	28
1.3. Capital social et réseaux sociaux .....	28
<b>2. Défis externes .....</b>	<b>29</b>
2.1. Système légal .....	29
2.2. Normes sociales et culturelles .....	30
2.3. Discrimination de genre .....	30
2.4. Discrimination financière .....	31
2.5. Conciliation vie privée/vie professionnelle .....	32
<b>3. Défis internes .....</b>	<b>32</b>
3.1. Confiance et perception de soi .....	33
3.2. Sentiment de solitude .....	34
3.3. Perception des opportunités identifiées .....	34
<b>4. Conclusion .....</b>	<b>34</b>
<b>Partie 4 : Les réseaux féminins .....</b>	<b>35</b>
<b>1. Contexte .....</b>	<b>35</b>
<b>2. La force des liens .....</b>	<b>35</b>

3. Importance et rôle des réseaux professionnels féminins dans l'entrepreneuriat féminin .....	36
4. Conclusion .....	38
<b>Partie 5 : Programmes d'accompagnement pour femmes entrepreneures</b> .....	<b>39</b>
1. Contexte .....	39
2. Facteurs motivationnels à intégrer des réseaux ou des programmes .....	40
3. Objectifs des programmes d'accompagnement féminin .....	40
4. Différentes formes de programmes d'accompagnement pour entrepreneures .....	42
5. Conclusion .....	43
<b>Partie 6 : Femmes entrepreneures : cas des bruxelloises</b> .....	<b>44</b>
1. Contexte .....	44
2. Entrepreneures bruxelloises - chiffres clés .....	45
3. Taux de survie des activités des entrepreneures .....	46
4. Revenus .....	47
5. Motivations .....	48
6. Défis .....	49
7. Profil type d'une entrepreneure bruxelloise .....	51
8. Réseaux et programmes d'accompagnement féminins bruxellois .....	52
9. Conclusion .....	52
<b>CHAPITRE 2 : Méthodologie</b> .....	<b>53</b>
1. Méthodologie .....	53
1.1. Revue littéraire .....	53
1.2. Entretiens exploratoires .....	54
1.3. Observation directe de terrain .....	59
1.4. Étude quantitative .....	60
<b>CHAPITRE 3 : Analyse des résultats - Environnement entrepreneurial féminin bruxellois</b> .....	<b>62</b>
1. Partie 1 : Cadre institutionnel et réglementaire .....	62
1.1. Hub.brussels : l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat .....	64
1.2. Dispositifs de financement spécifiques aux femmes entrepreneures bruxelloises .....	65
1.3. Réseaux professionnels et programmes d'accompagnement féminins .....	67
1.4. Difficultés rencontrées par les réseaux et/ou programmes d'accompagnement ...	77
2. Partie 2 : Les entrepreneures bruxelloises .....	79
2.1. Profil .....	79
2.2. Motivations .....	82
2.3. Défis .....	84
2.4. Réseaux et programmes d'accompagnement féminins .....	90
3. Partie 3 : Exemples de réussite d'entrepreneures bruxelloises .....	100
3.1. Hey Charlie – Caroline Hanisz .....	100
3.2. L'Empoteuse – Marie Jemine .....	101

<b>4. Partie 4 : Exemple d'élaboration d'un programme d'accompagnement en région bruxelloise : cas du WomenLab.....</b>	<b>103</b>
4.1. Élaboration du programme et demandes du marché .....	103
4.2. WomenLab, en quoi cela consiste ? .....	103
4.3. Public cible .....	105
4.4. Contenu du programme .....	105
4.5. Entrepreneuriat durable féminin .....	106
4.6. Difficultés rencontrées pour le programme .....	108
4.7. Améliorations du programme .....	108
4.8. Retour des participantes et observations du terrain .....	108
<b>CHAPITRE 4 : Limites de l'étude.....</b>	<b>111</b>
<b>CHAPITRE 5 : Discussions, pistes de réflexion et recommandations .....</b>	<b>113</b>
<b>1. Entrepreneuriat : nécessité ou passion ? .....</b>	<b>113</b>
1.1. Approches distinctes .....	114
1.2. Pistes de réflexion et recommandations .....	115
<b>2. La peur de réussir .....</b>	<b>116</b>
2.1. Pistes de réflexion et recommandations .....	117
<b>3. Entrepreneuriat féminin durable.....</b>	<b>118</b>
3.1. Au croisement de l'entrepreneuriat féminin et durable.....	118
3.2. Pistes de réflexion et recommandations .....	119
<b>4. Entrepreneuriat féminin : au de-là des entreprises fondées par des femmes .....</b>	<b>121</b>
4.1. Pistes de réflexion et recommandations .....	121
<b>5. Banques : un manque de statistiques genrées .....</b>	<b>122</b>
5.1. Pistes de réflexion et recommandations .....	123
<b>6. Importance des résultats non économiques .....</b>	<b>125</b>
6.1. Pistes de réflexion et recommandations .....	125
<b>7. Prolifération des structures bruxelloises destinées aux femmes entrepreneures .....</b>	<b>125</b>
7.1. Pistes de réflexion et recommandations .....	125
<b>8. Normes culturelles .....</b>	<b>126</b>
8.1. Pistes de réflexion et recommandations .....	126
<b>CHAPITRE 6 : Conclusion.....</b>	<b>129</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>131</b>

## Table des figures et des tableaux

Figure 1: Liste des revues sur l'entrepreneuriat et des articles publiés sur les femmes chefs d'entreprise. ....	8
Figure 2 : Articles sur les femmes entrepreneures dans des revues d'entrepreneuriat établies. ....	10
Figure 3 : Nombre de conditions cadres entrepreneuriales (sur 13) jugées suffisantes (note $\geq 5$ ) (49 économies, 2023). ....	12
Figure 4 : Mentorat vs coaching .....	17
Figure 5: Principaux facteurs de motivation entrepreneuriale féminine. ....	22
Figure 6 : Principales typologies d'entrepreneuriat féminin. ....	23
Figure 7 : Nombre d'indépendant·e·s (à l'exception des aidant·e·s) âgé·e·s de moins de 65 ans, selon le genre, et évolution (%) du nombre d'indépendant·e·s, Région de Bruxelles-Capitale, 2018 et 2021 .....	45
Figure 8: Évolution de la population des indépendant(e)s au cours des 5 dernières années .....	46
Figure 9 : Taux d'accroissement annuel moyen du nombre d'indépendants et d'aidants cessants en % .....	46
Figure 10 : Évolution des revenus professionnels nets des femmes indépendantes à titre principal.....	47
Figure 11 : Répartition des indépendant·e·s bruxellois·es selon le genre et la tranche de revenus (€), 2021. Indépendant·e·s à l'exception des aidant·e·s. Seul le revenu connu est pris en compte .....	47
Figure 12 : Diagramme en bâtons réalisé à partir des informations du baromètre du réseau d'affaires féminin Diane sur les motivations entrepreneuriales des féminines.....	48
Figure 13 : Diagramme en bâtons réalisé à partir des informations du baromètre réalisé par hub.brussels sur les motivations entrepreneuriales féminines .....	48
Figure 14 : Les principales motivations des indépendant·e·s pour la création d'une activité .....	49
Figure 15 : Diagramme en bâtons relayé à partir des informations du baromètre du réseau d'affaires féminin Diane sur les défis entrepreneuriaux féminins .....	50
Figure 16 : Carte d'identité de l'indépendante bruxelloise .....	51
Figure 17 : Âge des femmes interrogées d'après le questionnaire .....	79
Figure 18 : Secteur d'activité des femmes interrogées d'après le questionnaire.....	80
Figure 19 : Niveau d'éducation des femmes interrogées d'après le questionnaire .....	80
Figure 20 : Titre d'indépendance des femmes interrogées d'après le questionnaire.....	81
Figure 21 : L'activité des femmes interrogées : une source de subsistance à leurs besoins d'après le questionnaire .....	81
Figure 22 : Motivations principales à devenir entrepreneure parmi les répondantes du questionnaire.....	82
Figure 23 : Défis en tant qu'entrepreneure parmi les répondantes du questionnaire .....	85
Figure 24 : Caractéristiques des répondants masculins entrepreneurs interrogés au questionnaire.....	96
Figure 25 : Comparaison des motivations principales entre hommes et femmes d'après le questionnaire.....	96
Figure 26 : Comparaison des défis principaux entre hommes et femmes d'après le questionnaire.....	97
Figure 27 : Appartenance à un réseau professionnel parmi le public interrogé du questionnaire.....	98



Figure 28 : Appartenance à un programme d'accompagnement parmi le public interrogé du questionnaire..... 98

Tableau 1 : Tableau des réseaux et programmes d'accompagnement interviewés ..... 56

Tableau 2 : Tableau des entrepreneures ou porteuses de projet interviewées ..... 58

Tableau 3 : Types de réseaux féminins bruxellois identifiés et analysés ..... 69

Tableau 4 : Types d'accompagnement bruxellois identifiés et analysés..... 72

Tableau 5 : Avantages, inconvénients et risques associés à chaque type d'accompagnement (féminin, mixte et individuel)..... 92

Tableau 6 : Tableau récapitulatif des similitudes et divergences entre la théorie et l'étude ..... 95

## Introduction générale

À l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, l'entrepreneuriat féminin s'affirme de plus en plus comme un moteur crucial de croissance économique et un symbole puissant de progrès social à l'échelle mondiale (GEM, 2023). À travers les continents, de l'Asie à l'Amérique, en passant par l'Afrique et l'Europe, les femmes entrepreneures sont en train de redéfinir les contours du paysage économique global. Elles catalysent la création de richesse et l'innovation, en induisant des transformations remarquables au sein des communautés et des secteurs d'activité (GEM, 2022). Cette dynamique montre que les femmes ne se limitent plus seulement à être impliquées dans l'économie, mais cherchent à en remodeler le dessein, à repousser les limites traditionnelles et à redéfinir les normes et les attentes professionnelles.

Cependant, malgré ces progrès remarquables, des inégalités persistantes viennent nuancer ce tableau relativement optimiste. Les femmes entrepreneures font face à des défis conséquents, notamment l'accès inégal aux capitaux, aux réseaux professionnels, et à la reconnaissance au sein de l'écosystème entrepreneurial (Lebègue & Constantinidis, 2021). Ces obstacles sont amplifiés par une répartition des ressources qui demeure encore trop souvent inéquitable, témoignant des déséquilibres de pouvoir qui prévalent dans la société en général (Lebègue & Constantinidis, 2021).

L'Europe offre un environnement particulièrement riche pour l'étude de l'entrepreneuriat féminin. Parmi ses villes dynamiques, Bruxelles, en tant que capitale de la Belgique, est un foyer pour de nombreuses institutions européennes. La ville est un véritable incubateur de l'entrepreneuriat féminin, où la vitalité des femmes entrepreneures est non seulement palpable mais également chargée de défis uniques (hub.brussels, 2023; Diane, 2024). Ces défis sont à la fois signe de difficultés personnelles mais également révélateurs de barrières qui freinent la progression des femmes dans le domaine entrepreneurial (hub.brussels, 2023 ; Diane, 2024).

Cette dynamique fait ressortir que les réseaux professionnels et les programmes d'accompagnement féminins sont à considérer comme des piliers de soutien fondamentaux (Santoni & Barth, 2014). Au-delà de simples aides, ils jouent un rôle essentiel dans le processus de changement en proposant du mentorat, des ressources, du coaching, une communauté de soutien ou d'autres types d'appuis qui favorisent et renforcent les réussites des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat (hub.brussels, 2023 ; Diane, 2024).

Ainsi, ce mémoire propose une exploration approfondie de l'environnement complexe et stimulant de l'entrepreneuriat féminin, d'abord sur une échelle globale, puis en se concentrant plus en détails sur les motivations et les défis particuliers auxquels font face les femmes entrepreneures à Bruxelles. Cette recherche vise à répondre à des interrogations essentielles : quelles sont les principales raisons qui incitent les femmes à entreprendre ? Quels sont les défis spécifiques qu'elles doivent surmonter ? Quelles sont les causes fondamentales de la disparité de genre dans le domaine de l'entrepreneuriat ?

Par la suite, nous analyserons l'impact réel des réseaux et des programmes d'accompagnement dédiés aux femmes entrepreneures. Pourquoi les femmes entrepreneures recherchent-elles ce type d'aide et de soutien ? Quelles sont les attentes spécifiques des femmes entrepreneures vis-à-vis des réseaux et programmes d'accompagnement féminins ? Et surtout, quelles influences ces aides ont-elles sur le parcours et les perspectives des entrepreneures ?

À travers une enquête mêlant analyses quantitatives et entretiens, cette étude vise à dresser un portrait des motivations et des obstacles à l'entrepreneuriat féminin dans Bruxelles. En explorant les interactions entre les membres et les structures de soutien, ce travail vise à élaborer des recommandations stratégiques pour renforcer l'impact des réseaux féminins et des programmes d'accompagnement. L'ambition est double : enrichir la compréhension globale de ces dynamiques et influencer les pratiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles.

Enfin, en conclusion de ce mémoire, des pistes de réflexions sont exposées pour approfondir le sujet, en soulevant des interrogations pertinentes et en reformulant des recommandations basées sur les résultats des analyses et de la collecte de données.

En explorant ce sujet, ce mémoire vous invite à découvrir les histoires, les défis, les réussites et les espoirs des femmes qui façonnent l'avenir économique de Bruxelles. Préparez-vous à être captivé par les parcours féminins, et peut-être même à redéfinir ce que signifie être une femme entrepreneure bruxelloise contemporaine.

En vous souhaitant une agréable et enrichissante lecture.

# CHAPITRE 1 : Revue littéraire

Ce premier chapitre est structuré en six parties : une section définissant les concepts clés, une section sur les motivations des entrepreneures, une section sur les défis des entrepreneures, une section sur les réseaux féminins, une section sur les programmes d'accompagnement pour femmes entrepreneures et enfin, une section consacrée aux femmes entrepreneures bruxelloises.

Avant d'entamer la lecture de ce mémoire, il est important de préciser que la partie théorique se réfère fréquemment à des études réalisées dans les pays du Sud. Cependant, d'autres études ont également été menées dans les pays du Nord. Il est intéressant de comprendre les différences géographiques et de constater que, bien que certains points soient similaires, d'autres divergent fortement en raison de ce facteur. Enfin, comme annoncé, la dernière partie de ce chapitre se concentrera sur les situations en Belgique, en particulier à Bruxelles.

## Partie 1 : Concepts clés

La première partie de ce mémoire vise à approfondir les concepts phares que sont l'entrepreneuriat en général, puis l'entrepreneuriat féminin, ainsi que les notions de réseau et de programme d'accompagnement féminin.

### 1. L'entrepreneuriat

Nous commencerons par effectuer une analyse de l'entrepreneuriat féminin afin de définir le contour des notions d'entrepreneur et d'entrepreneuriat. Différentes définitions seront exposées et des statistiques seront détaillées afin de caractériser et illustrer l'évolution des concepts au fil des siècles.

#### 1.1. Définition de l'entrepreneuriat

Le terme entrepreneuriat provient du verbe *entreprendre*, dérivé du latin « *prehendere* » signifiant « saisir ou « maîtriser » qui d'après le dictionnaire en ligne Larousse, signifie : « commencer à exécuter une action, en général longue ou complexe » (Larousse, s.d.). Cependant, dans le domaine entrepreneurial, la définition du concept demeure sujette à débat. Il est souvent souligné qu'il existe une certaine confusion autour de cette notion, reflétant ainsi la diversité des perspectives issues des différentes disciplines (Michallet, 2017).

Le concept d'*entrepreneuriat* ne fournit pas de définition claire. Si cette diversité semble complexe, elle révèle des similitudes sous-jacentes, mettant en évidence l'importance de l'entrepreneuriat dans la création d'emplois et de richesses pour favoriser la croissance économique (Laviolette & Loue, 2006). Cependant, dans le contexte actuel, l'entrepreneuriat est en évolution constante, prenant de multiples formes et incluant désormais une variété

d'objectifs et de pratiques allant au-delà de la seule expansion économique (Laviolette & Loue, 2006).

L'émergence du terme *entrepreneur* au XVII<sup>e</sup> siècle dans la langue française, puis anglaise, ouvre la voie à une exploration approfondie de ce concept (Michallet, 2017). Au cours du XVIII<sup>e</sup> siècle et du début du XIX<sup>e</sup> siècle, le monde de l'entrepreneuriat est particulièrement étudié par des économistes comme Richard Cantillon (1680-1734) et Jean Baptiste Say (1767-1832). Selon Cantillon, l'entrepreneur est défini comme : « Une personne qui prend le risque de mener une affaire commerciale à son propre compte, dans un but de profit, et qui est confrontée à une certaine incertitude qu'il ne peut mesurer et l'empêche d'évaluer précisément les risques associés à sa décision » (cité par Janssen, 2010, p. 22), soulignant ainsi l'importance du risque dans cette perspective. De son côté, Say caractérise l'entrepreneur par son engagement actif dans le processus de production en déclarant : « Un entrepreneur crée une utilité nouvelle, soit au travers d'un produit nouveau, soit en déplaçant des ressources vers un niveau de productivité supérieur au niveau précédent » (cité par Janssen, 2010, p. 22). Cette perspective met en lumière l'importance de l'innovation dans l'entrepreneuriat.

Au cours des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles, de nouveaux concepts tels que l'incertitude et l'innovation prennent de l'ampleur dans le domaine de l'entrepreneuriat, reflétant la gestion des risques et des opportunités de l'économie incertaine en perpétuelle évolution (Janssen, 2010). Dans cette optique, Schumpeter (1883-1950), se démarque par sa vision innovante, qui voit l'entrepreneuriat comme une force dynamique (Janssen, 2010). D'après lui, l'entrepreneur est un agent de changement ainsi qu'un catalyseur de l'innovation, ayant la capacité de se réinventer et de s'ajuster face aux changements économiques incessants (Boutillier & Uzinidis, 2013).

Au cours du XX<sup>e</sup> siècle, les conceptions de l'entrepreneuriat ont connu plusieurs changements significatifs notamment causés par des nouvelles perspectives telles que l'incertitude, l'innovation, l'économie de la connaissance, la globalisation, etc, qui ont enrichi notre compréhension de ce domaine. Les travaux du psychologue américain, McClelland (1917-1998), ont apporté une analyse psychologique déterminante qui souligne l'importance des besoins individuels dans le succès entrepreneurial (Emin & Philippart, 2015). D'après lui, les personnes qui ont un besoin intense de réalisation ont davantage de chances de devenir des entrepreneurs réussis. Ces personnes cherchent constamment à relever des défis, prennent des responsabilités personnelles et désirent recevoir des retours sur leurs performances (Emin & Philippart, 2015).

Les recherches de Venkataraman (1997) et plus tard associées aux recherches de Shane (2000) ont marqué une évolution majeure en reconsidérant la nature même de l'entrepreneuriat (Chabaud & Messeghem, 2010). Ils définissent l'entrepreneuriat comme « l'examen savant de la manière dont, par qui et avec quels effets les opportunités de créer des biens et services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées » (Venkataraman, 1997, p. 119).

Par la suite, trois perspectives pouvant être considérées comme complémentaires voient le jour. Tout d'abord, la vision de Gartner (1988) examine l'entrepreneuriat à travers le prisme « d'émergence organisationnelle » (Garcia et al., 2015). D'après cette vision, l'entrepreneuriat

représente un cheminement vers la création d'opportunités d'affaires, qui requiert l'harmonisation et la coordination efficace d'une multitude de ressources en vue de matérialiser ces opportunités sous forme de projets novateurs ou d'entités (Garcia et al., 2015). En deuxième lieu, la perspective de la dialogique individu/création de valeur, telle que décrite par Bruyat (1993) met en avant la dynamique de changement et création de valeur associées à l'activité entrepreneuriale (Bruyat & Julien, 2001). Selon cette approche, l'entrepreneuriat peut être représenté comme une interaction entre l'individu et la création de valeur, où celui-ci joue à la fois le rôle d'acteur et d'objet de cette création de valeur (Bruyat & Julien, 2001). Cette notion souligne l'influence de l'entrepreneuriat sur l'individu lui-même. Enfin, l'analyse de Fayolle (2004) met en lumière la proximité entre l'engagement personnel de l'entrepreneur et le développement du projet entrepreneurial (Fayolle & Gailly, 2015). Selon Fayolle, l'entrepreneuriat naît de la synergie entre un individu profondément engagé et un projet en devenir. Cette approche démontre l'importance de l'engagement personnel de l'entrepreneur pour concrétiser ses ambitions entrepreneuriales (Fayolle & Gailly, 2015).

Il est évident que l'entrepreneuriat au XXI<sup>e</sup> siècle va au-delà des définitions traditionnelles, subissant une transformation radicale sous l'influence d'évolutions, de changements rapides et de la mondialisation, qui ont profondément remodelé son paysage (Gomez Gomez-Breyse & Jaouen, 2012). Aujourd'hui, l'entrepreneuriat diffère par sa focalisation sur l'innovation et son engagement envers de nouveaux horizons. Nous assistons à une profusion de différentes approches entrepreneuriales incluant l'entrepreneuriat social, écologique, culturel, environnemental, féminin, communautaire et bien d'autres encore (ESAM, 2023). Cette variété témoigne de nouvelles initiatives qui s'ajustent aux besoins évolutifs de notre monde en constante évolution. L'entrepreneuriat ne se limite pas uniquement à l'enrichissement économique d'un pays ; il présente également des bénéfices sociaux, comme l'expansion d'un éventail de produits et services disponibles (GEM, 2023). En outre, il offre des possibilités à des catégories de population souvent exclues ou marginalisées, comme les femmes entrepreneures et toute une série d'autres groupes (GEM, 2023).

Enfin, dans un sens plus large, l'entrepreneuriat peut être envisagé comme l'acte de concevoir et concrétiser un projet qui reflète notre identité, nos passions, qui nous anime et auquel nous sommes disposés à nous engager pleinement (Yet, s.d.). Cela implique la mise en place de diverses actions ainsi que déployer un investissement et une énergie considérables pour concrétiser et donner vie à cette activité, quelle que soit la sphère dans laquelle nous nous engageons (Yet, s.d.). L'essence de cette démarche entrepreneuriale réside dans l'individu lui-même, avec ses compétences, ses forces et ses faiblesses qui laisseront leur empreinte distinctive sur l'entreprise que l'entrepreneur(e) établira (Yet, s.d.).

## 1.2. Définition de l'entrepreneuriat féminin

Pour rappel, le terme « entrepreneuriat » provient du verbe entreprendre qui, d'après le dictionnaire Larousse, signifie : « Commencer à exécuter une action, en général longue ou complexe » (Larousse, s.d., p. 1). Quant à l'adjectif qualificatif « féminin », le dictionnaire le définit comme quelque chose : « Qui est propre à la femme » (Larousse, s.d., p. 1).

« *L'entrepreneuriat féminin* recouvre les initiatives de création de valeur et de développement économique portées par les femmes » (WikiCréa, 2023). « Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme la femme qui, seule ou avec un(e) ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante » (cité par Constantinidis, 2014, p. 287).

Fondamentalement, *l'entrepreneuriat féminin* se traduit par les actions des femmes qui s'impliquent dans la création, l'administration et le développement d'activités économiques (Mundeke, 2010). Ce type d'implication entrepreneurial témoigne de la force créative des femmes et de leur aptitude à gérer leur avenir économique avec réflexion et intelligence (Mundeke, 2010). À l'instar de chaque entrepreneuriat, l'entrepreneuriat féminin apporte une vision distinctive et unique ainsi que des compétences singulières dans leurs projets, nourrissant ainsi la diversité et l'élan de l'écosystème entrepreneurial.

### 1.2.1. Évolution de l'entrepreneuriat féminin

Au cours de ces dernières années, l'entrepreneuriat féminin suscite de plus en plus d'intérêt, tant de la part de la recherche académique que des initiatives des politiques publiques (Andria & Gabarret, 2016). Cette tendance reflète une plus grande prise de conscience des obstacles mais également des besoins spécifiques auxquels les femmes entrepreneures font face ainsi que leur potentiel et leur contribution, encore largement trop peu explorés, à l'économie et à la société (Brush, & Cooper, 2012). L'émergence de cet intérêt s'explique par une combinaison de facteurs historiques, sociaux et économiques qui ont eu une influence et qui façonnent toujours le parcours de l'entrepreneuriat féminin (Andria & Gabarret, 2016).

Depuis toujours, les femmes ont été impliquées dans des activités entrepreneuriales, souvent de façon indirecte ou non officielle, sans que leurs efforts ne soient formellement reconnus comme tels (Brush et al., 2009). Que ce soit, par le biais de la gestion des entreprises familiales, de leur participation dans des activités économiques locales ou non, par leur production de biens artisanaux, ou encore dans la gestion quotidienne de leur foyer, les femmes ont toujours joué un rôle important dans l'économie bien avant que le concept d'entrepreneuriat ne soit pleinement reconnu et valorisé dans la recherche académique (Brush et al., 2009).

Effectivement, il est nécessaire d'examiner l'entrepreneuriat féminin pour une compréhension globale de l'entrepreneuriat, mais aussi pour approfondir les connaissances sur l'entrepreneuriat féminin, notamment son fonctionnement, sa création de richesse, ses répercussions sur le marché du travail et bien d'autres contributions (Bendidi et al., 2024). Replongeons-nous dans notre passé relativement récent pour saisir les origines de l'entrepreneuriat féminin.

À l'origine, la Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne, rédigée en 1791 par Olympe de Gouges en France, a joué un rôle déterminant en affirmant l'égalité des droits et des libertés entre les hommes et les femmes notamment en ce qui concerne le droit de vote, l'éducation, la propriété et l'emploi (Amrhar, 2001). Ce texte met en avant l'importance de l'égalité juridique

et politique comme fondement de la société, partant du principe que les femmes devraient jouir des mêmes droits et opportunités, y compris dans les domaines économiques et professionnels (Gouze, 1791). Malgré l'absence de la notion d'entrepreneuriat féminin à cette époque, ce document a marqué le début des revendications pour l'égalité des femmes occidentales et a mis en place les bases de leur intégration dans la société.

Il faudra toutefois attendre les dernières décennies du XXe siècle pour que l'entrepreneuriat féminin commence véritablement à émerger et à être valorisé comme champ d'étude légitime et significatif à part entière (Brush, & Jennings, 2013). Les années 1970 et 1980 constituent une première période clé, avec l'apparition des premières recherches significatives dans ce domaine (Marlow, 2018), réalisées majoritairement aux Etats-Unis et au Royaume-Uni ainsi que plus tard dans les pays de l'OCDE (Bendidi et al., 2024). Vers la fin des années 1970, un sous-domaine spécifique de l'entrepreneuriat, celui de l'entrepreneuriat féminin, a vu le jour. L'article de 1976 d'Eleanor Brantley Schwartz, intitulé « Entrepreneurship: A New Female Frontier », publié dans le *Journal of Contemporary Business*, est considéré comme l'un des premiers travaux pionniers à mentionner l'entrepreneuriat féminin (Yadav, et al., 2016). Les apports de son étude identifient les divers obstacles, motivations et caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin. Cet article a, entre autres, permis une expansion considérable des recherches sur l'entrepreneuriat féminin, entraînant une multitude de nouvelles études dans ce domaine (Yadav, et al., 2016). En 1981, Hirsch et O'Brien ont présenté une étude novatrice sur les entrepreneures lors d'une conférence académique à la Babson College sur l'entrepreneuriat (Yadav et al., 2016). Puis, en 1985, le livre sur les entrepreneures : « Women in Charge: The Experiences of Female Entrepreneurs » de Robert Goffee et Richard Scase, publié en 1985 (Goffee, & Scase, 2015) a suivi, renforçant l'importance académique du domaine.

Dans ce contexte, une profonde remise en question et de nombreuses critiques ont émergé, mettant en évidence l'intérêt grandissant pour l'étude des femmes en tant qu'entrepreneures et l'influence du genre au sein de l'entrepreneuriat (Brush, & Jennings, 2013). Avant cette période, les études et les recherches réalisées sur l'entrepreneuriat offraient une vision fortement masculine, confirmant la domination d'un modèle centré sur les hommes dans ce domaine (Ahl, & Marlow, 2012).

Ce tableau, ci-dessous, compile une série d'études pionnières sur l'entrepreneuriat féminin, qui constituent les premières explorations fondatrices du sujet. Ces travaux examinent le rôle et les diverses trajectoires des femmes entrepreneures, mettant en avant une reconnaissance accrue de la valeur de leurs contributions.



	Journal Name	First article published in Year
1	Economics of Innovation and New Technology	-
2	Entrepreneurship & Regional Development	1998
3	Entrepreneurship: Theory & Practice <sup>a</sup>	1991
4	Industry and Innovation	2010
5	International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research	-
6	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	2007
7	International Review of Entrepreneurship	2015
8	International Small Business Journal	1998
9	Journal of Business Venturing <sup>a</sup>	1988
10	Journal of Small Business and Enterprise Development	2003
11	Journal of Small Business Management	1973
12	Small Business Economics	1996
	Total Number of Papers	

*Figure 1: Liste des revues sur l'entrepreneuriat et des articles publiés sur les femmes chefs d'entreprise.*

Source : Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions. Journal of Global Entrepreneurship Research, Vol. 6, 1-18. ResearchGate. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>

Néanmoins, tandis que les recherches axées sur l'entrepreneuriat féminin aient révélé l'importance des contributions des femmes entrepreneures à la société, elles se sont principalement concentrées sur une approche comparative avec les entrepreneurs masculins ainsi que sur l'analyse des motivations des femmes dans une perspective principalement descriptive (Bruni et al, 2004). En 1987, Neider témoigne également de la perception homogène des femmes entrepreneures, ne différenciant pas les femmes au sein de l'entrepreneuriat (Neider, 1987). Jusqu'à la fin des années 1990 et même jusqu'au début des années 2000, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin se limitaient à des analyses sur les divers profils de femmes entrepreneures, leurs pratiques commerciales, leurs motivations ainsi que leurs performances (Brush, & Jennings, 2013).

Bien que les études se soient principalement concentrées sur les caractéristiques des femmes entrepreneures en les comparant avec celles de leurs homologues masculins, l'entrepreneuriat était traditionnellement perçu comme un domaine façonné par et pour les hommes durant cette période (Brush, 1992 ; Ahl, 2006). C'est ainsi que ces pensées ont toujours nourri un discours masculin, plaçant les hommes au centre de ces pratiques (Ahl & Marlow, 2012). En effet, étant donné la prédominance de la masculinité normative dans le secteur de l'entrepreneuriat, les hommes bénéficient tout naturellement d'un avantage lié à leur genre, ce qui engendre une perspective privilégiée au détriment des femmes (Ahl, 2006). De ce fait, les apports de ces études, négligent largement la prise en compte de la dimension de genre dans l'analyse de l'entrepreneuriat, lequel est toujours considéré comme une norme masculine (Amrhar, 2001 ; Yadav et al., 2016).

Arrivent la fin des années 90 et le début des années 2000 où l'impact du genre sur le comportement entrepreneurial féminin reçoit une attention accrue (Marlow, 2018). Des thèmes plus approfondis dans le but de comprendre la réalité des femmes entrepreneures sont traités tels que les motivations des entrepreneures, le rôle des réseaux, les facteurs entravants, ...

(Santoni & Barth, 2014). Cependant, la littérature française reste encore peu présente et dominée à 82 % par les recherches anglophones dans les pays comme les Etats-Unis, le Canada et l'Angleterre (Santoni & Barth, 2014).

En 1997, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) marque un jalon important en organisant sa première conférence dédiée aux femmes entrepreneures dans les petites et moyennes entreprises (PME) à Paris (Amrhar, 2001). Cette conférence a permis une reconnaissance croissante du rôle des femmes dans ce domaine et a rassemblé des participants de quarante pays dans le but d'examiner les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures, notamment l'accès au capital (Amrhar, 2001). Elle a également mis en lumière la contribution des entrepreneures dans le développement et la croissance des PME et la nécessité de politiques soutenant l'entrepreneuriat féminin pour améliorer leurs accès aux ressources ainsi qu'aux réseaux de soutien (Carrier et al, 2006). L'engouement international pour le sujet de l'entrepreneuriat féminin éclaire l'importance considérable du contexte géographique dans la compréhension et le développement des parcours entrepreneuriaux féminins à l'échelle mondiale (Henry, 2021). En effet, les facteurs économiques, sociaux et culturels sont propres à chaque région et influencent considérablement tant les opportunités que les difficultés que rencontrent les entrepreneurs (Henry, 2021). Ces constatations soulignent la nécessité d'une analyse nuancée pour élaborer des politiques adaptées à chaque contexte géographique (Henry, 2021).

Un autre élément fondateur a été celui du projet Diana (Brush et al., 2004), créé en 1999 aux Etats-Unis par un groupe de chercheuses. Le projet Diana voit le jour avec comme objectif d'initier des recherches sur les obstacles auxquels les entrepreneures font face, notamment en ce qui concerne les difficultés d'accès au capital nécessaire pour démarrer et développer leurs entreprises (Lebègue & Constantinidis, 2021). Les fondatrices du projet ont identifié une sous-représentation marquée des femmes en termes de capital-risque, ainsi que dans la recherche sur l'entrepreneuriat féminin lui-même (Brush et al., 2004). Par conséquent, elles se sont attachées à étudier les raisons pour lesquelles les femmes obtiennent si peu de capitaux. En démontrant le rôle majeur des entrepreneures dans le développement de l'entrepreneuriat et de la création de richesse, le projet a établi une plateforme pour analyser en profondeur diverses questions théoriques, empiriques et pratiques (Lebègue & Constantinidis, 2021). Reconnaisant l'entrepreneuriat féminin comme champ d'étude légitime, le projet Diana a cultivé une communauté de recherches, facilitant les échanges de travaux par le biais de conférences et de publications dans le but d'accroître les connaissances sur les entrepreneures tout en sensibilisant et en influençant la pratique (Holmquist & Carter, 2009). Grâce à ces initiatives, le projet a fourni des informations précieuses et essentielles pour orienter les politiques publiques et les pratiques entrepreneuriales (Holmquist & Carter, 2009). Ce projet, originaire des Etats-Unis, continue de susciter un intérêt international en organisant des conférences tout comme celle de 2010, la Diana International Conference on Women's Entrepreneurship Research qui a regroupé vingt pays différents autour de la thématique (Holmquist & Carter, 2009).

En 2006, les apports de Ahl (2002) se concentrent davantage sur la diversité des femmes entrepreneures et les différents environnements dans lesquels elles opèrent (Andria & Gabarret, 2016), soulignant ainsi que ces femmes représentent un groupe hétérogène (Marlow,

2004) dont les différences intra-genre surpassent finalement les différences entre les sexes (Ahl, 2002 ; Pines, Lerner & Schwartz, 2010 ; Constantinidis, 2010). La même année, face à l'accroissement remarquable du nombre d'entreprises fondées par des femmes au Canada, Hughes (2006) analysait la variété de profils d'entrepreneures canadiennes, en examinant leurs motivations, leur efficacité et le succès de leurs activités (Andria & Gabarret, 2016). Progressivement, le nombre de recherches focalisées sur l'entrepreneuriat féminin commence à s'élargir.

La même année, le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) publie son premier rapport sur les femmes au sein de l'entrepreneuriat, lançant une série de plusieurs autres rapports annuels qui examinent le rôle des femmes dans l'entrepreneuriat parmi différents pays et régions (Brush & Cooper, 2012). Tous ces rapports ont pour but principal de décrypter les motivations des entrepreneures, d'évaluer leur engagement dans l'entrepreneuriat, de relever les obstacles et de quantifier leur impact économique (Estrin & Mickiewicz, 2011). En 2023, le GEM a publié son rapport le plus récent, intitulé : "GEM 2022/23 Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes", qui se révèle être une source précieuse pour les experts, les politiques et les chercheurs, contribuant ainsi à la promotion et au soutien de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale (GEM, 2023).

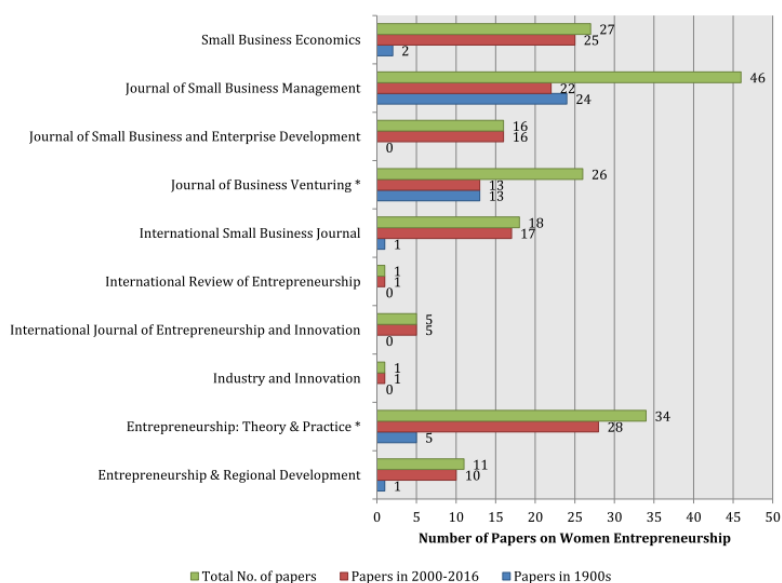


Figure 2 : Articles sur les femmes entrepreneures dans des revues d'entrepreneuriat établies.

Source : Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions. Journal of Global Entrepreneurship Research, Vol. 6, 1-18. ResearchGate. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est devenu un pilier central des débats politiques et économiques modernes, souvent présenté comme une solution clé pour aborder un éventail varié de défis mondiaux tels que la réduction des inégalités et l'amélioration de la qualité de vie (Marlow, 2018). À l'heure actuelle, les études menées sur l'entrepreneuriat féminin ne cessent de s'intensifier et d'être approfondies, malgré la persistance continue d'obstacles structurels et psychologiques. De cette manière, de nombreux sujets de recherches se développent tels que l'influence de la technologie sur l'entrepreneuriat féminin, le rôle des politiques publiques en

tant que soutien, les répercussions significatives du Covid-19, la contribution des femmes à des projets durables et sociaux, l'importance des réseaux professionnels pour femmes ainsi qu'une analyse continue sur les motivations et les défis spécifiques qui ne cessent d'évoluer au fil le temps (GEM, 2023).

### 1.3. Statistiques sur l'entrepreneuriat dans le monde

Afin d'avoir une vision globale sur ce que représente l'entrepreneuriat à l'échelle mondiale et de mieux visualiser son impact, il a été jugé pertinent de partager quelques chiffres clés.

Selon les résultats du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023/2024, environ 594 millions de personnes à travers le monde étaient entrepreneurs en 2023, ce qui représente environ 7.4% de la population planétaire (GEM, 2023). Cela marque une augmentation de 2.1%<sup>1</sup> depuis 2020, où le nombre d'entrepreneurs avait été estimé à 582 millions (GEM, 2023) sur un total de 3, 624 milliards de population active en 2023 (LA BANQUE MONDIALE, 2024). Cette donnée démontre l'engouement croissant à l'échelle mondiale pour l'entrepreneuriat, principalement motivé par le souhait d'être son propre chef et de suivre ses passions (GEM, 2023). Effectivement, 40 % des entrepreneurs ont mentionné ces facteurs comme étant essentiels pour leur décision de créer une entreprise, souvent dans le but de faire une distinction majeure dans le monde (GEM, 2023).

Pour identifier les principaux foyers d'activité entrepreneuriale dans le monde, l'Inde mène avec un impressionnant total de 104 millions d'entrepreneurs, suivie de la Chine avec 64 millions, des Etats-Unis avec 54 millions, et du Brésil avec 43 millions (Kiniulis, 2023).

Chaque pays représente un contexte qui varie significativement, influençant l'environnement entrepreneurial. Selon le Global Entrepreneurship Monitor, certains pays offrent des conditions plus favorables pour l'entrepreneuriat. Le GEM évalue les pays selon 13 critères spécifiques pour déterminer où il est le plus favorable d'entreprendre, en classant les pays selon leur niveau de revenu et leur soutien à l'entrepreneuriat (GEM, 2023). Au sein de la classe A, nous pouvons citer les Émirats arabes unis, les Pays-Bas et l'Arabie saoudite, la classe B comprend la Lituanie, l'Estonie et l'Oman, et la classe C représente l'Inde, la Chine et la Jordanie<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Il convient de souligner que le GEM, dont le premier rapport ne concernait que 10 pays, compte désormais 120 pays participants (GEM, 2023). Cette expansion indique que les données statistiques s'améliorent constamment, car de nombreux pays, qui étaient autrefois non inclus, contribuent maintenant à une vision plus globale et inclusive des tendances entrepreneuriales. Cette croissance considérable permet au GEM de se positionner comme l'étude la plus exhaustive sur les tendances entrepreneuriales à l'échelle internationale (GEM, 2023).

<sup>2</sup> Niveau A : économies dont le PIB par habitant est supérieur à 50 000 dollars ; Niveau B : économies dont le PIB par habitant est compris entre 25 000 et 50 000 dollars ; Niveau C : économies dont le PIB par habitant est inférieur à 25 000 dollars (GEM, 2023).

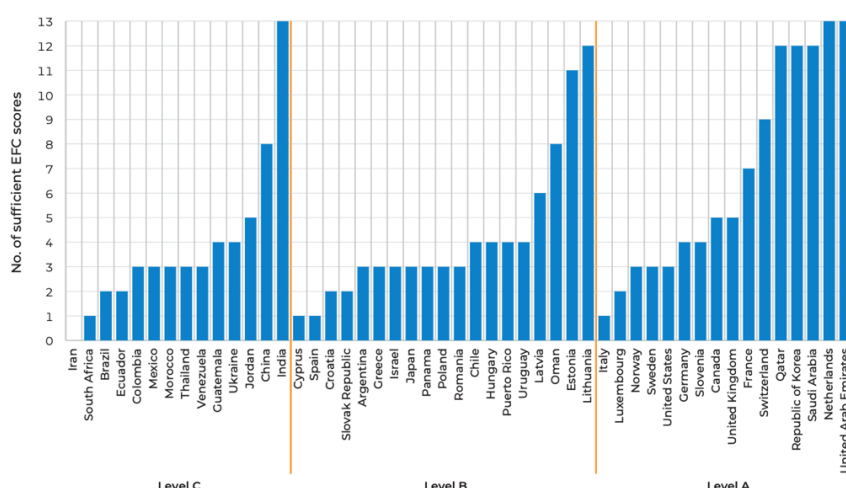


Figure 3 : Nombre de conditions cadres entrepreneuriales (sur 13) jugées suffisantes (note  $\geq 5$ ) (49 économies, 2023).

Source : GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing*. London: GEM.

L'essor de l'entrepreneuriat féminin, bien que progressant lentement, compte désormais environ 252 millions de femmes entrepreneures dans le monde (GEM, 2023). Le rapport du GEM révèle une augmentation du nombre de femmes lançant ou gérant des entreprises dans 57 des 74 économies étudiées (GEM, 2023). Des exemples marquants incluent l'Inde, qui a atteint la parité en 2002 après un déséquilibre remarquable en 2001 (3 hommes pour une femme créaient leur entreprise), et l'Arabie saoudite, où le ratio de femmes entrepreneurs par rapport aux hommes s'est considérablement amélioré depuis 2001 (10 hommes pour une femme contre 10 hommes pour 8 femmes aujourd'hui) (GEM, 2023).

A l'échelle mondiale, une analyse des entreprises établies depuis plus de 3,5 ans révèle un écart de genre significatif avec un ratio femmes/hommes de 0,68, où 1 représente un écart comblé (GEM, 2022). En Suisse, le ratio atteint 0,96, tandis qu'en Arabie saoudite (1,05) et au Togo (1,12), les femmes surpassent les hommes en matière de direction d'entreprises (GEM, 2022). Ces écarts peuvent s'expliquer par des traditions culturelles ancrées, comme au Togo, ou par une forte présence d'entreprises familiales qui facilitent l'implication des femmes (GEM, 2022). Toutefois, des disparités persistantes sont observées partout dans le monde, notamment en Amérique latine et dans les Caraïbes, où le ratio est le plus bas à 0,61 (GEM, 2022).

Pour conclure, ces données illustrent l'importance de l'entrepreneuriat en tant que moteur économique et social à l'échelle mondiale. Et plus spécifiquement, en ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin, les femmes qui s'investissent dans l'entrepreneuriat s'affirment de plus en plus et exercent une influence profonde et croissante sur les économies et les sociétés à travers le monde. Le désir d'entreprendre, perçu comme une carrière à long terme, demeure une voie choisie par de nombreuses personnes (GEM, 2023). Sans oublier que les différences dans le développement de l'entrepreneuriat entre les pays soulignent l'importance pour les gouvernements de créer des conditions favorables à la réussite de tous les entrepreneurs, indépendamment de leur origine ou de leur genre (GEM, 2023).

Ceci nous mène aux deux derniers concepts. Il est pertinent de saisir les initiatives déployées, dont les réseaux et les programmes d'accompagnement féminins en font partie, pour encourager et promouvoir l'entrepreneuriat en général, et plus particulièrement l'entrepreneuriat féminin.

## 2. Le réseau

Avant de discuter des réseaux professionnels, et en particulier des réseaux professionnels féminins, il est essentiel de comprendre ce que le terme "réseau" implique.

### 2.1. Contexte et définition

Influencée par de multiples domaines tels que la sociologie, l'anthropologie, la psychologie, etc, la notion de réseau est fréquemment abordée et analysée dans le milieu de l'entrepreneuriat (Neergaard et al., 2005). Originaire du latin « retis », signifiant filet, ce terme faisait déjà référence à des « entrelacements de fils » (cité par Bantman, 2004, p.18). En 1954, Barnes a posé les bases théoriques de ce concept en tant que phénomène sociologique (Bantman, 2004), une idée reprise par le sociologue français Pierre Bourdieu (1930-2002) qui voit le réseau comme le « capital social d'un individu, caractérisé par son étendue ou sa multiplicité et sa densité, regroupant les parts respectives de relations familiales, de voisinage, d'amitiés, ainsi que de collègues de travail ou d'associations » (cité par Bulle, 2002, p. 233). Bourdieu affirme que la structure du monde social est façonnée par les interactions entre individus et groupes (Bulle, 2002), une perspective que l'Université de Lorraine résume en définissant le réseau comme « un système de ramifications de relations entre des personnes qui facilite les échanges d'informations et d'idées entre ses protagonistes » (cité par l'Université de Lorraine, 2022, p. 1).

Finalement, la notion de réseau est complexe et comporte plusieurs facettes. Elle peut être comprise de deux manières principales : d'un point de vue méso, qui se focalise sur le réseau d'un groupe et les liens qui le relient, ou d'un point de vue micro, qui se focalise sur le réseau personnel d'une personne (Bruna & Chauvet, 2014).

Dans une perspective collective, un réseau social est perçu comme un ensemble de liens d'interconnaissance entre divers individus au sein d'un environnement social défini (Bruna & Chauvet, 2014). Ces liens facilitent la circulation de multiples ressources, générant ainsi une dynamique d'échanges sociaux actifs (Bruna & Chauvet, 2014). L'intégration dans un réseau entraîne un engagement collectif qui, tout en rassemblant ses membres sous un pacte commun, leur impose également certaines restrictions, tout en leur fournissant des opportunités et des responsabilités (Bruna & Chauvet, 2014).

Le réseau social personnel d'un individu se manifeste comme une constellation complexe de liens sociaux, qui varient en termes de profondeur et de durabilité (Bruna & Chauvet, 2014). Ces relations connectent l'individu à d'autres personnes dans des sphères définies de la vie sociale, comme les milieux familial, *professionnel* ou associatifs, etc (Bruna & Chauvet, 2014). Au sens large, elles englobent l'ensemble de ses interactions au sein de la société. Les caractéristiques

de ce réseau, incluant son envergure, sa densité, la quantité et la nature des relations, ainsi que la réciprocité et la variété des échanges, sont déterminants pour la structuration sociale de l'individu (Bruna & Chauvet, 2014). Effectivement, la capacité d'accéder à des ressources cruciales est conditionnée par ces réseaux personnels, qui varient grandement d'une personne à l'autre, influençant ainsi leur statut social (Bruna & Chauvet, 2014).

## 2.2. Le réseau professionnel

Malgré l'influence du réseau personnel de l'entrepreneure, l'étude se portant sur l'entrepreneuriat féminin, se focalisera principalement sur les réseaux professionnels, souvent désignés sous le nom de réseaux d'affaires.

Les réseaux dans le domaine de l'entrepreneuriat jouent un rôle clé, en fournissant non seulement des ressources essentielles mais également en facilitant l'échange d'informations et de conseils cruciaux pour les entrepreneurs (Hoang & Antoncic, 2003). Le réseau représente aussi un outil fondamental pour l'échange de ressources qui facilitent la création d'une entreprise (Cholle, 2002). Il est communément observé comme un ensemble structuré de personnes ou d'organismes qui communiquent et interagissent régulièrement, créant des liens basés sur des affinités professionnelles ou personnelles (Larson, 1992). Ces personnes se perçoivent comme membres d'une même communauté, partageant des aspirations et des obstacles communs (Hoang & Antoncic, 2003). Ces réseaux peuvent se manifester sous des formes variées, allant de groupements formels comme des incubateurs d'affaires à des groupements plus informels et spontanés, basés sur les interactions sociales et personnelles telles que les cercles d'amis ou les réseaux sociaux en ligne (Araki et al, 2024).

Un *réseau professionnel* est également caractérisé comme un ensemble dynamique de connexions qui relient diverses parties prenantes et qui partagent régulièrement des informations, des ressources ou du soutien (Araki et al, 2024). Qu'ils soient intentionnellement ou spontanément créés, ces réseaux favorisent la communication et la collaboration, encouragent l'apprentissage partagé et offrent des chemins vers de nouvelles possibilités (Sarwar et al., 2021). Ils sont également indispensables pour la transmission de savoir, la proposition de mentorats<sup>3</sup>, l'expansion des perspectives professionnelles, et le soutien à l'évolution et au succès des carrières, s'avérant être des éléments clés pour le succès professionnel (Araki et al, 2024).

## 2.3. Le réseau professionnel féminin

Un *réseau professionnel féminin*, quant à lui, reprend les mêmes définitions générales que celles d'un réseau professionnel avec comme particularité supplémentaire d'être une communauté spécialement conçue et composée de femmes, ayant pour objectif de soutenir l'autonomie, l'émancipation, l'entraide, et l'égalité des chances parmi ses membres (Habiba & Hamadou, 2024). Ces réseaux offrent aux femmes entrepreneures un environnement sécurisé où elles

---

<sup>3</sup> Selon le CCI Paris Île-de-France entreprises (2024, p. 1), « le mentorat entrepreneurial vise à accélérer et sécuriser la croissance des PME à fort potentiel de développement par le transfert d'expérience d'entrepreneur à entrepreneur ».

peuvent échanger des expériences, obtenir des conseils, bénéficier de soutien et explorer des opportunités professionnelles (Constantinidis, 2010).

La formation de réseaux professionnels genrés découle des disparités de genre observées dans le réseautage ainsi que dans l'entrepreneuriat de manière générale (Santoni & Barth, 2014). Face aux défis uniques rencontrés par les femmes entrepreneures comparativement à leurs pairs masculins, la création de réseaux féminins est devenue un outil nécessaire pour répondre à leurs propres besoins (Santoni & Barth, 2014). Les inégalités de genre auxquelles les entrepreneures font face peuvent influencer de manière significative la décision de se lancer dans les affaires, le type de réseau choisi ou encore le type d'accompagnement désiré mais impactent également la durabilité et le succès de leurs entreprises (Brush et al, 2009).

Selon une étude de cas portant sur « la constitution d'un réseau autour d'un Centre entrepreneurial créé au sein d'une Business School française » (cité par Santoni & Barth, 2014), l'émergence de pratiques de réseautage genrées s'explique également par les attentes spécifiques des femmes qui diffèrent à l'égard des avantages qu'elles espèrent tirer de leur réseau (Santoni & Barth, 2014). Cet aspect sera exploré davantage dans la partie quatre de ce mémoire intitulée : « Les réseaux féminins » (cf. infra p.45).

### 3. Programme d'accompagnement entrepreneurial

De la même manière que pour les réseaux, il est primordial de saisir ce qu'est un programme d'accompagnement entrepreneurial avant d'étudier ceux qui sont spécifiquement destinés aux femmes.

#### 3.1. Contexte et définition

La création de structures spécialisées dans l'accompagnement et le soutien des entrepreneur(e)s a conduit à l'émergence de l'accompagnement entrepreneurial (Messeghem, 2021). À la fin des années 1950, les États-Unis ont mis en place la première structure d'accompagnement entrepreneurial, tandis que les premières en France ont vu le jour dans les années 1970 (Messeghem, 2021). Ce n'est qu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000 qu'ont réellement commencé à se développer les études sur ces structures proposant des programmes d'accompagnement, souvent désignées comme incubateurs<sup>4</sup> (Arlotto et al., 2012). Depuis, le développement de l'entrepreneuriat est davantage favorisé par les politiques publiques qui promeuvent la création de ces programmes d'accompagnement spécifiques (Messeghem, 2021). Ces structures représentent une profession distincte et spécialisée dans le soutien des (futur(e)s) entrepreneur(e)s tout au long de leur parcours entrepreneurial. Bien que relativement récente, cette profession évolue continuellement pour répondre aux exigences et aux défis en perpétuelle évolution auxquels elle est confrontée (Arlotto et al., 2012).

---

<sup>4</sup> Un incubateur est une « structure créée par de grands groupes, réunissant des start-up dont ils financent le lancement ou dans lesquelles ils prennent des participations, pour en favoriser la croissance » (Larousse, s.d., p. 1).



Le rôle de l'entrepreneuriat dans le dynamisme économique d'un pays est important, ce qui explique la multiplication des programmes d'accompagnement ces dernières (Pouka Pouka & Ondoua Biwolé, 2023 ; GEM, 2023). Ces initiatives offrent aux entrepreneur(e)s un appui, en renforçant leurs compétences, en augmentant les chances de réussite de leurs projets ou entreprises, en facilitant l'accès à diverses ressources, en offrant un soutien moral et une mise en réseau, et parfois même en favorisant le développement personnel des entrepreneur(e)s (Pouka Pouka & Ondoua Biwolé, 2023 ; Bakkali et al., 2010).

Bakkali, Messeghem et Sammut (2010) proposent de définir, au sens plus large, un programme d'accompagnement comme « une organisation qui propose un accompagnement entrepreneurial et managérial, des services et éventuellement un hébergement » (cité par Bakkali et al., 2010, p. 149). Allen et Rahman (1985) soutiennent que les programmes d'accompagnement entrepreneurial favorisent un environnement propice à l'entrepreneuriat en offrant une sécurité et divers services aux entrepreneur(e)s, tout en encourageant et en stimulant les interactions avec leurs pairs (paraphrasé par Bakkali et al., 2010). Ces initiatives proposent une multitude de services et accomplissent plusieurs missions essentielles, comme l'aide à l'identification et l'obtention de ressources, la diffusion de connaissances, et la validation des entrepreneur(e)s (Bakkali et al., 2010). Barès et al. (2004) soulignent également que ces programmes jouent un rôle crucial dans le développement de nouvelles opportunités, renforçant ainsi la sécurité et l'enrichissement des parcours entrepreneuriaux grâce à l'ouverture de nouvelles voies pour les entrepreneur(e)s (paraphrasé par Bakkali et al., 2010). Selon diverses interprétations, le programme d'accompagnement, qu'il soit soutenu par le gouvernement ou non, peut-être vu sous plusieurs formes : comme un facilitateur, un réparateur, un incubateur, un lieu d'hébergement, ou encore comme une pépinière<sup>5</sup> (Pouka Pouka & Ondoua Biwolé, 2023).

De cette manière, Labex Entreprendre (2014) propose de définir l'accompagnement entrepreneurial comme « un processus organisé par une tierce partie, s'inscrivant dans la durée et permettant à un (ou des) porteur(s) de projet ou un (ou des) entrepreneur(s) de bénéficier d'une dynamique d'apprentissage (formations, conseils, etc), d'un accès à des ressources (financières, informationnelles, etc), d'une mise en réseau, de services (administratifs, hébergement, etc) et d'une aide à la décision (coaching<sup>6</sup>, mentorat, etc) » (cité par Messeghem, 2021, p.7).

---

<sup>5</sup> Une pépinière d'entreprises est une « structure d'accueil temporaire proposant des locaux, des aides et des services adaptés aux besoins spécifiques des entreprises en création ou nouvellement créées » (Larousse, s.d., p. 1).

<sup>6</sup> « Le coaching met l'accent sur l'accompagnement du client pour atteindre des objectifs spécifiques en utilisant des techniques et des outils adaptés » contrairement au mentorat qui pour rappel « met l'accent sur le partage d'expériences et de conseils pour guider le mentoré dans son développement » (Elo, 2022, p. 1).

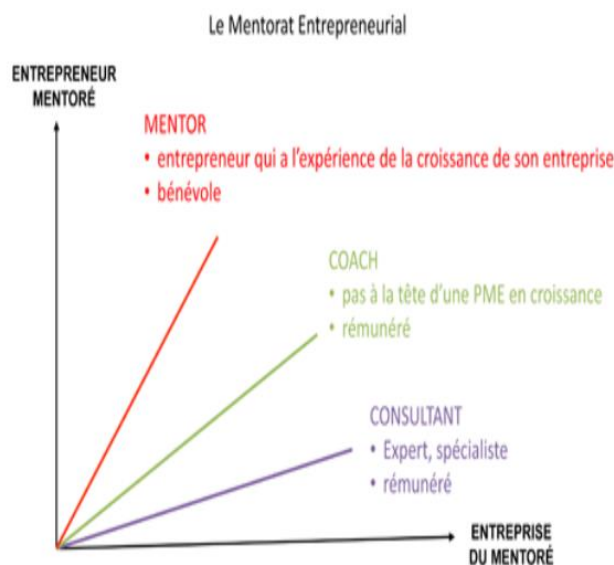


Figure 4 : Mentorat vs coaching

Source : Elo. (2022). Mentorat vs coaching : Découvrez les 6 différences Clés. Consulté le 30 juillet 2024, à l'adresse <https://elomentorat.com/fr/blogue/mentorat-differences-coaching/#:~:text=La%20posture%20dans%20la%20relation,techniques%20et%20des%20outils%20adapt%C3%A9s>

Ces structures qui proposent des programmes d'accompagnement s'appuient généralement sur un modèle économique qui dépend des financements externes, principalement issus de ressources publics, étant donné que les revenus générés de la vente de services aux entrepreneur(e)s ne sont pas suffisants pour atteindre une viabilité financière autonome, ce qui, d'ailleurs, n'est généralement pas l'objectif principal de ces entités (Arlotto et al., 2012). De ce fait, le choix des entrepreneur(e)s à être accompagnés est essentiel afin de promouvoir des projets ayant un potentiel majeur pour l'économie locale et nationale (Arlotto et al., 2012).

Enfin, l'écosystème d'accompagnement entrepreneurial est composé d'une multitude d'acteurs, certains gouvernementaux et d'autres non gouvernementaux, incluant les structures d'accompagnement elles-mêmes, des mentors, des experts, des entités de financement, des plateformes de mise en réseau, des organisateurs d'événements, et bien d'autres (Bakkali et al., 2010, Pouka Pouka & Ondoua Biwolé, 2023).

### 3.2. Programme d'accompagnement féminin

Bien que les recherches sur les programmes entrepreneuriaux pour femmes demeurent limitées, celles qui existent mettent en évidence les motivations et les difficultés particulières des femmes entrepreneures, justifiant la nécessité de mettre en place des programmes d'accompagnement, collectifs ou individuels (Bach et al., 2016 ; Lebègue, 2015). Ces organisations ont été spécialement adaptées et conçues pour apporter un soutien personnalisé et répondre de manière efficace aux besoins spécifiques des femmes entrepreneures (Bach et al., 2016 ; Lebègue, 2015). En effet, les études démontrent que l'apparition d'un soutien

entrepreneurial spécifique est souvent due à un manque de structures suffisamment réactives aux besoins spécifiques de ces entrepreneures (Richomme-Huet & Andria, 2013). Ainsi, il est essentiel de mettre en place des services d'accompagnement qui répondent aux divers profils d'entrepreneures présents dans le secteur, adaptés à leurs besoins et à leurs défis (Richomme-Huet & Andria, 2013).

Néanmoins, il existe des divergences d'opinion sur l'intégration des enjeux de genre dans l'accompagnement entrepreneurial. Certaines recherches prônent l'établissement de programmes spécifiquement destinées aux femmes entrepreneures, tandis que d'autres suggèrent d'incorporer des questions de genre dans des programmes plus généralistes et mixtes (Bueno Merino & Duchemin, 2016). Dans ce contexte, nous nous intéressons aux programmes d'accompagnement spécialement élaborés pour les femmes qui entreprennent.

Un *programme d'accompagnement entrepreneurial féminin* peut être défini comme une structure ou un programme spécifiquement créé pour accompagner les femmes entrepreneures dans leur cheminement entrepreneurial (Bacha et al., 2016). Si les programmes d'accompagnement généralistes partagent les principes essentiels, tels que le mentorat, l'accès au financement, les formations et les possibilités de réseautage, ceux des entrepreneures se démarquent par leur attention portée aux défis et aux opportunités spécifiques auxquels font face les femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat (Richomme-Huet & d'Andria, 2013). Ces programmes et institutions visent à stimuler l'entrepreneuriat féminin en fournissant les moyens et le soutien requis afin de permettre aux femmes de créer et de développer leurs propres entreprises (Bacha et al., 2016).

## Partie 2 : Motivations des entrepreneures

Avant d'amorcer cette nouvelle partie, il a semblé opportun de clarifier ce que l'on entend par "motivation". Selon le dictionnaire en ligne Le Robert (s.d., p. 1), la motivation est « ce qui motive un acte, un comportement, ce qui pousse quelqu'un à agir ». Le dictionnaire Larousse en ligne définit la motivation comme étant « les raisons, les intérêts, les éléments qui poussent quelqu'un dans son action » (Larousse, s.d., p. 1).

Bien évidemment, le terme motivation dans le domaine entrepreneurial prend son sens et a été appuyé sur base de théories qui ont donné place à des interprétations diverses selon les auteurs. C'est pourquoi, il a été jugé utile dans un premier temps d'explorer les théories motivationnelles entrepreneuriales, puis de nous pencher sur les motivations spécifiques des entrepreneures en général, avant de nous concentrer sur celles des entrepreneures en particulier. Cette section se clôturera par une analyse approfondie de trois profils différents d'entrepreneures sur base des motivations entrepreneuriales distinctes et prédominantes.

Quant aux motivations des entrepreneures bruxelloises, une partie plus détaillée à ce sujet se trouvera dans la partie analytique du travail (cf. infra p. 48).

### 1. Théories motivationnelles entrepreneuriales

Les motivations entrepreneuriales ont été largement étudiées, soulignant l'importance de saisir le lien entre les intentions et l'action dans les démarches entrepreneuriales (Krueger & Carsrud, 1993). Une idée dominante, issue de la recherche psychologique, est que la motivation d'un individu dans le projet qu'il souhaite lancer, constitue un moyen efficace de prédire et de mettre en œuvre cette activité à venir (Carsrud & Brännback, 2011)

La théorie « *Push and Pull* », développée par de nombreux auteurs comme A. Shapero (1975), D.S. Watkins (1976), P. Johnson et A. Darnell (1976), K.H. Vesper (1980), B. Gilad et P. Levine (1986), est une des théories motivationnelles entrepreneuriales dominantes (Bellanca & Colot, 2014). L'objectif de cette théorie est de saisir les éléments qui incitent une personne à entreprendre une activité en les classant en deux catégories principales : les motivations "push" et les motivations « pull » (Shapero, 1975 ; Shapero & Sokol, 1982).

D'une part, la théorie « *push* » ou de « *pression* », laisse entendre que certains entrepreneurs sont « poussés » pour s'engager dans l'entrepreneuriat. En effet, dans cette situation, les individus sont stimulés par des facteurs internes, autrement dit « push motivations » qui apparaissent généralement suite à une situation négative ou conflictuelle dans la vie de l'individu tels que le manque d'opportunités d'emploi, le chômage, la perte de travail, les exigences familiales, le développement personnel, l'insatisfaction professionnelle, etc, offrant un moyen d'apaiser cette tension interne qui représente une situation insatisfaisante (Shapero, 1975). Les « push motivations » se produisent quand la décision d'entreprendre est motivée par un désaccord entre la situation actuelle de la personne et celle qu'elle souhaite atteindre (Bellanca & Colot, 2014). Nous pouvons qualifier ces individus comme étant des personnes qui

entreprennent *par nécessité*, choisissant l'entrepreneuriat comme unique alternative (d'Andira & Gabarret, 2016).

D'autre part, la théorie « *pull* » ou « *d'attraction* » suggère que d'autres entrepreneurs sont « attirés » vers l'entrepreneuriat. Dans ce contexte, les personnes sont guidées par des facteurs d'attraction, autrement dits « pull motivations ». Ils sont encouragés par un but ultime tel que la recherche de succès ou d'opportunités, le besoin d'indépendance, le désir d'autonomie ou encore le besoin de se réaliser ou de s'accomplir personnellement et professionnellement, entraînant une amélioration de leurs performances (Carsrud & Brännback, 2011 ; Bellanca & Colot, 2014). Les "pull motivations" se manifestent lorsque l'idée d'entreprendre est perçue par la personne comme une occasion de bénéficier de gains tangibles ou intangibles (Bellanca & Colot, 2014). Ces derniers sont qualifiés d'entrepreneurs opportunistes, ils se démarquent par leur aptitude à saisir une occasion, telle qu'une activité commerciale novatrice. (Carranza et al., 2018). En effet, selon cette théorie, une personne se dirigera vers l'entrepreneuriat *par opportunité* si cette voie lui offre une meilleure perspective financière, soit en raison d'un changement (négatif) de vie (push), soit parce qu'elle vise à augmenter ses gains (pull) (d'Andira & Gabarret, 2016).

## 2. Motivations de l'entrepreneur

La création d'une entreprise était originellement motivée par des raisons essentiellement économiques, comme l'a souligné Schumpeter en 1934 (Carsrud & Brännback, 2011 ; Potier, 2015). Ainsi que mentionné précédemment, au XIXe siècle, Jean-Baptiste Say percevait l'entrepreneur comme un individu qui lançait une activité par objectif économique (Carsrud & Brännback, 2011). Pendant longtemps, la recherche sur les motivations des entrepreneur(e)s a largement supposé que le choix de créer une entreprise est motivé par le désir de maximiser les bénéfices envisageables, l'entrepreneur(e) cherchant à opter pour l'option la plus rentable (Arenius et Minniti, 2005).

Toutefois, au cours des dernières années, il y a eu une vision plus subtile des motivations à devenir entrepreneur(e), mettant en lumière une variété importante de motivations chez les entrepreneur(e)s (Robichaud et al., 2006). En particulier, dans le secteur de l'entrepreneuriat social, où les bénéfices sociaux sont fréquemment la motivation majeure (Carsrud et Brännback, 2009). En même temps, certains entrepreneur(e)s tels que les artistes ou encore les artisan(e)s ont des motivations différentes, comme l'exécution d'une passion en plus de l'objectif financier (Elfvig 2008). La littérature démontre d'autres motivations entrepreneuriales telles que l'opportunité de créer sa propre activité, le désir de réalisation de soi et le besoin d'indépendance (Verstraete & Saporta, 2006).

Il est également important de comprendre que les entrepreneur(e)s peuvent être motivé(e)s par des facteurs intrinsèques, extrinsèques, voire les deux à la fois. *La motivation intrinsèque* provient d'un intérêt personnel envers l'entrepreneuriat (Carsrud & Brännback, 2011). En revanche, *la motivation extrinsèque* provient de récompenses externes liées à des actions spécifiques (Carsrud & Brännback, 2011). Ces deux types de motivation peuvent être combinées ; un(e) entrepreneur(e) peut être stimulé(e) à la fois par des motivations internes, telles que le

désir de succès et de réalisation d'objectifs, et par des motivations externes, comme la quête de richesse ou de statut social (Elfving 2008).

En outre, des différences motivationnelles à l'entrepreneuriat ont également été observées entre les entrepreneurs masculins et féminins, comme l'ont mis en évidence Olm en 1986 (cité par Carsrud et Brännback 2009) ou encore Cadieux et al., (2002), Holmquist et Sundin (1988) et Kaplan (1988) (cité par Robichaud et al., 2006).

Examinons plus en détail les raisons qui incitent les femmes à entreprendre et à saisir comment leurs motivations entrepreneuriales diffèrent de celles des hommes (d'Andira & Gabarret, 2016).

### 3. Motivations des femmes entrepreneures

La théorie push/pull s'applique également pour étudier les diverses motivations dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin (Orhan & Scott, 2001 ; McGowan *et al.*, 2012). Certains chercheurs soutiennent que les femmes sont souvent plus enclines à être motivées par des facteurs d'incitation (push), plutôt que par des facteurs d'attraction (pull) lorsqu'elles envisagent de se lancer dans une activité entrepreneuriale (Moore et Buttner, 1997). Cependant, une combinaison des deux types de facteurs push/pull peut également se produire.

Parmi les *facteurs de motivation « push »* identifiés, on retrouve le manque d'emploi, les contraintes économiques, la frustration professionnelle, les obstacles liés au plafond de verre, les disparités de genre au travail et l'absence de solutions de garde d'enfants (d'Andira & Gabarret, 2016). Les femmes sont également motivées par l'insatisfaction au travail, la discrimination, la nécessité de flexibilité, les revenus insuffisants, le chômage et la conciliation entre les responsabilités professionnelles et familiales (Moult & Anderson, 2005).

Quant aux *facteurs de motivation « pull »*, la recherche met en avant leur nature intrinsèque, comme le besoin d'indépendance, la quête de réalisation personnelle, l'aspiration à la richesse ou à un statut, la volonté de saisir des opportunités commerciales, l'accomplissement personnel, une satisfaction accrue au travail, un meilleur équilibre famille-travail, un désir d'autonomie, ainsi que la quête de revenus supérieurs (Holmen et al., 2011 ; Brush & Jennings, 2013).

Selon leur mode de vie, leur structure familiale, leur situation professionnelle, leurs responsabilités et leurs aspirations de vie, les femmes partagent des motivations différentes et ne forment pas un groupe homogène, bien que la littérature ait souvent affirmé le contraire (Hakim, 2000). Malgré la présence de nombreux facteurs communs à un grand nombre de femmes entrepreneures, la diversité de la hiérarchisation de ces motivations révèle une variété de profils d'entrepreneures influencée par une combinaison d'attributs personnels (ambitions, compétences, niveau d'éducation, etc.) et de circonstances externes (opportunités professionnelles, situation familiale, etc.) (d'Andira & Gabarret, 2016).

De manière plus claire et représentative, voici le tableau réalisé par d'Andria et Gabarret (2016) reprenant les principaux facteurs motivationnels des femmes selon divers auteurs.

Auteurs	Principaux facteurs motivationnels des femmes
Hisrich (1986)	Désir d'indépendance, de réalisation, de satisfaction au travail, d'accomplissement de soi, d'indépendance financière, de combler l'ennui d'être une femme au foyer, réponse à une nécessité économique
Buttner et Moore (1997)	Désir de relever un défi, d'autodétermination, de conciliation travail-famille, réponse à une frustration face aux possibilités d'avancement de carrière, à la discrimination
Tzemah (2000)	Développement personnel, nécessité économique, désir de réalisation, sur les conseils d'amis ou de la famille, haut degré d'estime, besoin de créativité
Hughes (2006)	Désir d'indépendance, de liberté, d'être son propre patron, de relever un défi, d'opportunité financière, d'équilibre travail-famille, d'horaires flexibles, réponse au chômage, possibilité de travailler à domicile, possibilité de gagner plus d'argent, reconnaissance d'un travail rémunéré
Simonin (2006)	Désir d'indépendance, d'accomplissement de soi, passion pour l'initiative, envie de générer des revenus, d'un statut social, d'exercer un pouvoir, pour pallier un faible revenu familial, en réponse à une insatisfaction de salaire, à des difficultés à trouver un emploi, meilleure conciliation travail-famille
Humbert et Drew (2010)	Désir d'indépendance, recherche de satisfaction, désir de relever un défi, opportunité de marché, envie de gagner plus d'argent, conciliation travail-famille, rêve d'être entrepreneur
Davis et Abdiyeva (2012)	(En contexte d'économie en développement) Se créer son propre emploi, besoin de trouver des revenus pour échapper à la pauvreté, besoin de subsistance
McGowan et al. (2012)	Désir de relever un défi, de s'accomplir, d'être son propre patron, d'avoir une meilleure conciliation entre vies professionnelle et personnelle, insatisfaction au travail

Figure 5: Principaux facteurs de motivation entrepreneuriale féminine.

Source : d'Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'entrepreneuriat*, 15(3-4), 87-107. <https://doi.org/10.3917/entre.153.0087>

#### 4. Diversité et typologies de profils d'entrepreneures

Ce n'est seulement qu'à partir des années 2000, que les études menées en se basant sur l'analyse des facteurs motivationnels liés à la variété des profils présents dans l'entrepreneuriat féminin commencent (d'Andira & Gabarret, 2016). d'Andria et Gabarret (2016) ont présenté différents classements d'entrepreneures selon différentes perspectives d'auteurs. Ces catégories se distinguent en fonction de critères variés et analysés par chacun d'eux.

Tout d'abord, Bruni, Gherardi et Poggio (2004) divisent les femmes entrepreneures selon 7 types différents (cf. figure 5) (d'Andira & Gabarret, 2016). Ensuite, Morris et al. (2006) distinguent les entrepreneures en deux catégories en fonction de leurs motivations relatives à la croissance de leur activité (croissance forte ou modeste) (d'Andira & Gabarret, 2016). D'une part, celles qui aspirent à une forte croissance, sont souvent motivées par des facteurs « pull » qui placent la croissance de leur entreprise en priorité, tandis que celles qui visent une croissance plus modérée, sont souvent poussées par des facteurs « push », qui donnent priorité à la famille (d'Andira & Gabarret, 2016). Hughes (2006), quant à lui, distingue trois types d'entrepreneures, « l'entrepreneure classique » (indépendamment des considérations de genre), l'entrepreneure qui se situe entre emploi et famille, et « l'entrepreneure forcée » qui choisit la voie de l'entrepreneuriat par contrainte, faute d'autres options d'emploi (d'Andira & Gabarret, 2016). De leur côté, Constantinidis et al. (2006) classe les femmes entrepreneures en trois groupes selon leur personnalité, la structure de l'entreprise ainsi que le mode de financement (cf. figure

5). Sous un autre angle, Le Loarne-Lemaire et al. (2012) proposent six classes de femmes entrepreneures (cf. figure 5) (d'Andira & Gabarret, 2016). Enfin, un peu plus tard, Lewis (2013) s'appuie sur la classification suggérée par Morris et al. (2006) et y introduit un troisième groupe, celui des entrepreneures axées sur la famille (d'Andira & Gabarret, 2016).

De manière plus claire et représentative, voici le tableau réalisé par d'Andria et Gabarret (2016) reprenant les divers classements cités ci-dessus.

Auteurs	Typologie
Bruni, Gherardi et Poggio (2004)	Aimless (pour sortir du chômage) Success oriented (comme une stratégie de long terme) Strongly success oriented (pour l'épanouissement et contre le plafond de verre) Dualists (équilibre travail-famille) Return workers (après la maternité) Traditionalists (tradition familiale entrepreneuriale) Radicals (féministes)
Morris et al. (2006)	High growth entrepreneurs Modest growth entrepreneurs
Hughes (2006)	Classic entrepreneurs Forced entrepreneurs Work-family entrepreneurs
Constantinidis et al. (2006)	Entrepreneures avec un haut niveau de capital social, humain et financier Entrepreneures avec un bas niveau de capital social, humain et financier Femmes qui reprennent une affaire familiale
Le Loarne-Lemaire et al. (2012)	Entrepreneure après maternité Entrepreneure après chômage Étudiante entrepreneur Femme en recherche de temps pour soi Femme aventurière Business women
Lewis (2013)	Family-oriented entrepreneurs Growth-oriented entrepreneurs Non-growth-oriented entrepreneurs

Figure 6 : Principales typologies d'entrepreneuriat féminin.

Source : d'Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'entrepreneuriat*, 15(3-4), 87-107. <https://doi.org/10.3917/entre.153.0087>

#### 4.1. 3 motivations entrepreneuriales féminines clés

Il est intéressant de mettre en évidence trois catégories principales qui ressortent habituellement des recherches sur les motivations entrepreneuriales chez les femmes : « l'entrepreneuriat par nécessité, l'entrepreneuriat par opportunité ou (transition) de carrière et l'entrepreneuriat par conciliation travail-famille qui intègre la maternité des femmes » (cité par d'Andira & Gabarret, 2016, p. 95).

##### 4.1.1. L'entrepreneuriat féminin par nécessité

L'entrepreneuriat féminin par nécessité a été examiné dans plusieurs classifications, notamment celles de Bruni, Gherardi et Poggio (2004), Hughes (2006) ou aussi Le Loarne-Lemaire et al. (2012).

Dans un premier temps, on observe souvent que tant les hommes que les femmes se lancent dans l'entrepreneuriat par nécessité pour des motifs économiques (d'Andira & Gabarret, 2016). Dans ce contexte, ce sont principalement les facteurs « push » (cf. supra p. 28) qui poussent les



entrepreneures à s'engager, et dans ce cas, l'entrepreneuriat constitue un moyen de répondre aux besoins fondamentaux de la personne (d'Andira & Gabarret, 2016).

Toutefois, selon le dernier rapport du GEM 2022/23 (Global Entrepreneurship Monitor) sur l'entrepreneuriat féminin, les femmes font face à *des disparités de genre* sur le marché du travail et doivent surmonter davantage d'obstacles que les hommes (Elam et Terjesen, 2010 ; GEM, 2022). De nombreuses femmes optent pour l'entrepreneuriat en raison des défis persistants sur le marché du travail tels que les différences salariales, le manque d'opportunités d'emploi, le chômage, les écarts de compétences requises par des postes disponibles et celles détenues par les femmes (Welter & Smallbone, 2006 ; Carranza et al., 2018). Il est également observé que les femmes sont souvent les dernières à bénéficier des nouvelles embauches et les premières à faire face à des licenciements (Welter & Smallbone, 2006). De plus, elles sont sous-représentées dans les échelons supérieurs de la hiérarchie d'une entreprise, illustrant le concept de « *plafond de verre* » (Adams & Funk, 2012). Ce phénomène restreint leur évolution professionnelle, les poussant à fonder leur propre entreprise (Adams & Funk, 2012). En conséquence, beaucoup se tournent vers l'entrepreneuriat en raison de manques d'opportunités de carrière ou d'un environnement professionnel insatisfaisant, mais cela ne leur assure pas forcément une rémunération adéquate pour subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille (Elam & Terjesen, 2010).

En outre, ce type d'entrepreneuriat est souvent plus présent dans les pays en développement que dans les pays développés, où l'entrepreneuriat par opportunité est davantage représenté (Langowitz & Minniti, 2007). Ces femmes, souvent moins instruites et principalement confinées aux tâches domestiques, optent pour l'entrepreneuriat, souvent dans le secteur informel, afin de s'intégrer dans l'économie locale et de subvenir à leurs besoins (Ascher, 2012 ; Langowitz & Minniti, 2007).

Cependant, il est essentiel de réévaluer cette conception en prenant en considération les changements économiques et sociétaux propres à chaque pays (Coughlin & Thomas, 20002). À titre d'exemple, Coughlin et Thomas (2002) expliquent l'apparition de l'entrepreneuriat féminin par nécessité en Angleterre dès les années 1990 par la hausse significative des taux de divorce et du nombre de familles monoparentales, ainsi que par les politiques gouvernementales qui ont entraîné la suppression d'emplois traditionnellement occupés par des femmes (d'Andira & Gabarret, 2016). L'implication de la femme dans l'entrepreneuriat par nécessité est intimement liée aux conditions de vie de la femme et de sa famille, tout en prenant en considération une dimension essentielle, celle du niveau de développement économique du pays (d'Andira & Gabarret, 2016). Ces résultats se manifestent également en Belgique et seront étudiés davantage dans la section analytique (cf. infra p. 57).

#### *4.1.2. L'entrepreneuriat féminin par opportunité ou (transition) de carrière*

Ce deuxième type de femmes entrepreneures comprend celles qui occupent déjà un travail mais désirent changer de trajectoire professionnelle. Les motifs de ce désir de changement sont souvent liés à l'insatisfaction au travail, aux obstacles professionnels tels que le plafond de verre

ou simplement à la volonté d'une nouvelle réalisation professionnelle à travers l'entrepreneuriat (d'Andira & Gabarret, 2016).

Parmi ce deuxième type de profil d'entrepreneures, les motivations qui les poussent à entreprendre sont principalement des facteurs "pull" (cf. supra p. 21), répondant à des besoins tels que l'accomplissement personnel, l'indépendance, etc (d'Andira & Gabarret, 2016). Les femmes, en quête d'épanouissement à différents niveaux, économique, familial et personnel, ajustent leurs trajectoires professionnelles aux changements survenant sur le marché du travail (Brush, 1992 ; Le Loarne-Lemaire et al., 2012).

Ces femmes choisissent volontairement de créer leur entreprise, sans être contraintes par des facteurs externes. Dès la fin de leurs études, certaines considèrent l'entrepreneuriat comme une carrière à part entière, tandis que d'autres considèrent l'entrepreneuriat comme une progression naturelle dans leur parcours professionnel (Bowen et Hirish, 1986).

L'engagement des femmes dans l'entrepreneuriat comme première voie professionnelle, est souvent soutenu par leur niveau élevé d'éducation et de formation, notamment des études universitaires ou postsecondaires (Hughes, 2006 ; Gatewood et al., 2009). Quant à celles qui se dirigent vers l'entrepreneuriat après avoir travaillé dans des emplois salariés, elles privilégient une trajectoire continue dans leur carrière. Leur motivation est alimentée par l'envie de faire face à de nouveaux défis, d'acquérir en autonomie ainsi que de concilier vie professionnelle et familiale (Hughes, 2006 ; Gatewood et al., 2009).

Bien que la majorité des femmes de ce groupe choisissent volontairement de se lancer dans l'entrepreneuriat, pour certaines, cela représente une réponse à l'insatisfaction, voire à la frustration, issue de la discrimination au travail, comme le plafond de verre ou les inégalités salariales entre hommes et femmes (Hisrich et Brush, 1985 ; Coughlin et Thomas, 2002 ; Cornet et Constantinidis, 2004 ; Kirkwood, 2009). Pour les femmes qui possèdent des compétences plus avancées, le plafond de verre joue un rôle stimulant dans leur motivation à entreprendre. Selon Elam et Terjesen (2010), l'entrepreneuriat est perçu comme une transition professionnelle enrichissante, souvent liée à la capacité de générer un revenu supérieur à celui d'un emploi salarié (d'Andira & Gabarret, 2016).

#### *4.1.3. L'entrepreneuriat féminin par conciliation travail – vie de famille*

Trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie familiale s'avère être l'un des défis majeurs pour les femmes aspirant à devenir entrepreneures, surtout une fois qu'elles sont devenues mères (d'Andira & Gabarret, 2016). C'est pourquoi cette catégorie comprend principalement les mamans et entrepreneures autrement appelées « mampreneurs » ou « mompreneurs » par la littérature (Richomme-Huet & d'Andria, 2013). Ce sujet a attiré l'attention des chercheurs ces dernières années, notamment Hughes (2006) et Lewis (2013). Il s'agit de reconnaître une nouvelle forme d'entrepreneuriat féminin où la création d'entreprise coïncide avec l'arrivée d'enfants et la vie de mère (Richomme-Huet et al., 2013).

En effet, la maternité marque un tournant dans la vie d'une femme. Toutefois, les femmes qui souhaitent entreprendre tout en étant mères choisissent la voie de l'entrepreneuriat afin de concilier vie familiale et affaires. Cette motivation est souvent le fruit d'une combinaison entre leur parcours de vie de femme et leurs aspirations professionnelles (Le Loarne-Lemaire et al. (2012). La « mampreneur », se voyant à la fois en tant que mère et entrepreneure, opte pour établir sa propre entreprise dont elle assure à la fois la propriété et la gestion (Richomme-Huet et al., 2013).

Malgré les ajustements et les solutions que les entreprises mettent en place en faveur des femmes salariées ayant des enfants, il demeure indéniable que la conciliation entre vie professionnelle et vie familiale continue d'avoir un effet sur l'avancement des femmes cadres qui sont également mères de famille (McGowan *et al.*, 2012). En effet, la tension et le sentiment de culpabilité deviennent des éléments prédominants dans leur quotidien, générant un stress qui va bien au-delà des avantages et de la reconnaissance potentiels associés à leurs postes de cadre ou d'employée (Winn, 2004). Il est évident que les exigences professionnelles impactent la qualité et la quantité de temps consacrée à la vie familiale (Winn, 2004).

C'est pourquoi, certaines femmes décident de se lancer à leur propre compte plutôt que d'être salariée afin d'établir un meilleur équilibre entre leur vie professionnelle et familiale, un équilibre souvent difficile voire impossible à trouver dans le cadre d'un emploi salarié (d'Andira & Gabarret, 2016). De cette manière, l'entrepreneuriat satisfait leurs besoins professionnels en tenant compte de ceux de leurs enfants (Cromie, 1987). Cette trajectoire leur offre une plus grande souplesse tant au niveau des horaires que du lieu de travail mais permet également une autonomie et une flexibilité, leur permettant d'adapter leur carrière en fonction de leurs responsabilités familiales (Cromie, 1987 ; Hughes, 2006).

Généralement, les motivations entrepreneuriales des mampreneurs proviennent tant de facteurs « push » que « pull » (cf. supra p. 21). La littérature met en évidence diverses motivations telles que la recherche d'un équilibre entre vie de famille et travail, le désir d'épanouissement personnel, la croissance de revenus, le souhait d'indépendance, ... (d'Andira & Gabarret, 2016).

## 5. Conclusion

Cette partie a éclairci la notion de « motivation » et a fourni des détails sur les diverses théories de motivation entrepreneuriale, y compris la théorie « Push and Pull ». Nous avons étudié les différentes raisons qui incitent les entrepreneurs à entreprendre, en mettant l'accent sur les femmes entrepreneures. Il existe une grande diversité de motivations qui peuvent être regroupées en trois grandes catégories : l'entrepreneuriat par besoin, par opportunité ou carrière, et pour concilier travail et vie familiale. Toutes les catégories mettent en évidence les différents défis et les aspirations des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat, mettant en évidence la complexité et la diversité de leurs voies.

## Partie 3 : Défis des entrepreneures

S'il était si facile d'atteindre une égalité de genre totale dans le monde de l'entrepreneuriat, la pertinence de ce mémoire serait remise en question. En effet, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, si certaines femmes sont motivées par la nécessité ou la recherche de nouvelles possibilités, la réalité est plus complexe. Les femmes entrepreneures rencontrent une série de défis uniques qui influencent leur parcours professionnel ainsi que leurs chances de réussir dans l'entrepreneuriat. Bien que le nombre de femmes entrepreneures ait augmenté, elles continuent de face à des difficultés que leurs homologues masculins rencontrent beaucoup moins fréquemment, voire pas du tout (Carranza et al., 2018).

Ces divers défis peuvent être classés selon deux types provenant de facteurs soit externes soit internes à l'entrepreneure (Carranza et al., 2018).

Quant aux défis des entrepreneures bruxelloises, ils seront analysés davantage dans la partie analytique du travail (cf. infra p. 49).

### 1. Dotations limitées

Avant de débiter, il est essentiel de prendre conscience que le problème prend racine dès le départ et que les défis auxquels sont confrontées les femmes sont ancrés depuis bien longtemps.

Il convient également de souligner que la plupart des données recueillies proviennent également de recherches effectuées dans des pays en développement. De cette façon, cette partie propose une vision plus globale des différents scénarios envisageables dans le monde. En effet, la situation géographique est un facteur déterminant de la position et du rôle des femmes dans l'entrepreneuriat, avec des avantages et des inconvénients variables selon les régions.

#### 1.1. Actifs

Les femmes ont été ou sont encore confrontées à ce que Carranza et al. (2018) qualifient de « dotations limitées », ce qui entraîne une moins grande possession d'actifs par les femmes dans de nombreux pays.

En effet, pour certains pays, principalement ceux en développement, diverses études prouvent que les femmes possèdent moins d'actifs (Carranza et al., 2018). La répartition des biens tels que les terres et autres, tend à favoriser les hommes, laissant ainsi les femmes avec des droits de propriété moins sécurisés et plus limités (Acemoglu & Zilibotti, 2001). Il est pourtant essentiel d'assurer et de distribuer ces droits car ils sont déterminants pour les choix d'investissement, la répartition des ressources et la croissance économique (Acemoglu & Zilibotti, 2001).

En raison de la discrimination salariale et des interruptions de carrière liées à la maternité et aux soins des enfants, les femmes possèdent généralement moins de biens, ce qui limite leur capacité à épargner et à accumuler des actifs (Carranza et al., 2018). De plus, les conventions

sociales et, dans certains cas, les règlements juridiques privilégient généralement l'enregistrement des actifs au nom des hommes (Kantor, 2002).

Ce phénomène diminue la capacité des femmes à obtenir des garanties pour des prêts et à établir un historique de crédit solide (Hampel-Milagrosa, 2010). Les femmes ne peuvent pas s'investir pleinement dans les secteurs économiques et encore moi en tant qu'indépendante en raison de ces obstacles, ce qui restreint leur accès au financement externe (Greer & Greene, 2003).

## 1.2. Niveau d'éducation et compétences

Les compétences entrepreneuriales et l'expérience dans le monde des affaires sont nécessaires afin de réussir dans le développement et la création d'une entreprise. Toutefois, dans de nombreux pays en développement, les femmes ne bénéficient pas d'une éducation égale, et cela commence dès le plus jeune âge lors des études secondaires (Carranza et al., 2018). Selon Brush et al. (2004), le capital humain que les femmes peuvent apporter à leur activité indépendante est restreint par cette inégalité. Par exemple, en Asie du Sud, la « résidence patrilocale » réduit l'intérêt des parents à investir dans l'éducation des filles, car celles-ci déménagent après le mariage et ne feront pas profiter de cet apprentissage à leurs parents (Kantor, 2002). Les femmes se retrouvent avec un niveau d'éducation relativement plus bas que celui des hommes d'affaires (Chadli & Belhachmi, 2022).

Même dans les pays plus développés, où l'égalité entre les hommes et les femmes semble plus évidente, les femmes sont en réalité moins souvent formées en gestion, en finances et dans le monde des affaires en général (Hisrich & Brush, 1984). La théorie révèle qu'elles se concentrent davantage sur des études en santé, en arts et en sciences naturelles (Hisrich & Brush, 1984).

Cependant, les femmes sont souvent reconnues pour avoir des compétences sociales et empathiques plus développées, ce qui peut en partie pallier leur déficit de compétences techniques (Hisrich & Brush, 1984). Selon Brush et Hisrich (1991), cette faiblesse des compétences de gestion et de l'expérience entrepreneuriale spécifique chez les femmes peut expliquer la fréquence à laquelle les femmes se tournent vers des secteurs moins rentables utilisant moins de capital humain.

## 1.3. Capital social et réseaux sociaux

Les réseaux sociaux et le capital social jouent également un rôle crucial dans le succès entrepreneurial. L'intégration dans des réseaux ou des groupes de femmes d'affaires a un impact important sur la rentabilité des entreprises (Lerner et al., 1995).

Toutefois, il existe certaines limites aux réseaux féminins, telles que leur caractère exclusivement féminin, ce qui peut accentuer la perception de discrimination basée sur le genre. En outre, ces réseaux sont souvent basés sur des liens familiaux et amicaux. Bien que ces derniers offrent un soutien essentiel, ils peuvent également restreindre les ressources

disponibles pour l'entreprise et entraver son développement, comme le démontrent les recherches de Renzulli, Aldrich, & Moody (2000).

En règle générale, les réseaux sociaux féminins sont axés sur des rôles familiaux, ce qui restreint souvent leur intégration dans les réseaux d'affaires et les cercles professionnels (Gould et Parzen, 1990). Selon Marlow et McAdam (2013), la présence limitée de femmes dans les domaines dominés par les hommes n'est pas due à un manque de volonté ou de compétence, mais plutôt à la prédominance de cultures professionnelles masculines qui empêchent les femmes d'accéder aux ressources financières et aux réseaux indispensables à leur réussite dans ces secteurs (Carranza et al., 2018).

## 2. Défis externes

### 2.1. Système légal

Les institutions établissent les règles qui régissent le comportement économique des acteurs, influençant ainsi leurs décisions et leurs performances (Carranza et al., 2018). Ces règles englobent à la fois les dispositions légales et réglementaires explicites que les normes culturelles, comme les attitudes informelles qui ne sont pas inscrites dans la loi (Carranza et al., 2018).

Par exemple, le rapport de la Banque mondiale de 2018 rédigé par Carranza et al. (2018) révèle que dans de nombreux pays, les lois limitent activement la participation économique des femmes en restreignant leur accès à certains emplois et à l'autonomie financière, comme l'ouverture de comptes bancaires sans le consentement du mari. Ces restrictions légales et réglementaires diminuent les opportunités économiques pour les femmes et renforcent les disparités de genre dans l'accès aux ressources et aux marchés, rendant l'entrepreneuriat plus difficile pour les femmes (Meunier et al., 2017). Effectivement, elles font face à des obstacles considérables pour obtenir un prêt (Chadli & Belhachmi, 2022).

En outre, les droits de propriété et les lois commerciales ont un impact différent sur les hommes et les femmes, souvent au désavantage de ces dernières (GEM, 2022). Par exemple, comme en témoigne la situation au Rwanda, où les femmes à la tête de familles ont une sécurité foncière moindre que les hommes (Ali et al., 2014). Les disparités dans les droits juridiques et de propriété ont des répercussions économiques significatives, impactant l'investissement et la productivité (Carranza et al., 2018). Selon les recherches, une meilleure maîtrise des ressources par les femmes peut entraîner une augmentation de la productivité et une autonomie économique renforcée (Udry et al., 1995). Ainsi, il serait crucial de réduire les inégalités de genre en matière de droits de propriété pour favoriser l'émancipation de l'entrepreneuriat féminin (Udry et al., 1995).

En Belgique, la situation concernant les réalités légales diffère. Ce point sera abordé dans la partie « défis des entrepreneures bruxelloises » du mémoire (cf. infra p. 49).

## 2.2. Normes sociales et culturelles

Depuis toujours, la société a adopté une posture défavorable envers les femmes d'affaires (Chadli & Belhachmi, 2022). Selon Klugman et al. (2014), les normes sociales, qui incluent des structures officielles et des croyances informelles, ont un impact important sur la définition des comportements et des rôles de genre adéquats, ce qui engendre des conséquences sur les choix économiques et professionnels.

Plusieurs aspects essentiels de l'entrepreneuriat sont définis par ces normes, tels que les droits de propriété des femmes, leur autonomie, leurs relations avec les hommes, leur liberté de mouvement, leurs décisions professionnelles et leur accès aux biens (Carranza et al., 2018). Bien qu'il n'y ait pas de discrimination légale explicite, les coutumes, surtout dans les milieux ruraux, imposent de nombreuses contraintes aux femmes (Carranza et al., 2018).

Les recherches indiquent que les normes sociales attribuant aux hommes le contrôle des finances entraînent une sous-capitalisation et des performances réduites pour les entreprises dirigées par des femmes (Fiala, 2017). De la même manière, les limitations de déplacement et l'isolement social dans certaines zones limitent les potentiels d'entrepreneuriat des femmes et leur compréhension du marché (Estrin & Mickiewicz, 2011). De plus, les fonctions traditionnelles attribuées aux femmes (activités domestiques et obligations familiales) ainsi que l'idée qu'elles sont moins qualifiées pour entreprendre des affaires peuvent entraver leur engagement entrepreneurial et restreindre leur succès économique (Brush & Hisrich, 1991 ; Kantor, 2002). Il est essentiel de saisir ces influences culturelles et sociales afin de comprendre les disparités de genre dans le domaine de l'entrepreneuriat (Carranza et al., 2018).

## 2.3. Discrimination de genre

La société s'est développée autour de *stéréotypes de genre* ancrés qui accentuent des distinctions dans les rôles sociaux habituellement réservés aux hommes et aux femmes, ce qui entraîne le conformisme des individus à des pratiques qui correspondent à leur rôle de genre défini par les normes sociales et culturelles (Amrhar, 2001). La plupart des difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures découlent justement de ces idées influencées par des préjugés erronés (Carranza et al., 2018). En effet, la discrimination basée sur le genre dans le domaine de l'entrepreneuriat a un impact significatif sur les perceptions et les attitudes qu'ont les femmes d'elles-mêmes, entraînant de nombreux défis pour leur engagement entrepreneurial ainsi qu'une baisse de leur estime de soi (Amrhar, 2001).

Les stéréotypes auxquels font face les entrepreneures sont similaires à ceux que rencontrent les femmes sur le marché du travail en général (Constantinidis & Lebègue, 2021). Souvent, on les considère comme incapables de rivaliser de manière efficace, de résister aux pressions politiques ou de s'adapter aux évolutions économiques et sociales, principalement dans les domaines masculins (Brush & Hisrich, 1991). Ainsi, elles sont souvent perçues comme étant peu sérieuses aux yeux des fournisseurs et des clients (Constantinidis & Lebègue, 2021).

Cependant, des études plus récentes montrent le contraire. Même si certains acteurs économiques comme les banquiers et les clients peuvent initialement douter des compétences des femmes entrepreneures, il est envisageable de surmonter ces préjugés et de mettre des initiatives en place (Amrhar, 2001). Selon Buttner et Rosen (1988), le genre n'a pas d'impact sur les choix entrepreneuriaux, tandis que d'autres auteurs ont souligné que dans certains secteurs dominés par les femmes, le fait d'être une femme peut présenter des atouts (Carranza et al., 2018). Par exemple, dans le cas des crédits, les officiers étudient les dossiers des femmes avec plus de précision (Carranza et al., 2018).

#### 2.4. Discrimination financière

Des études constatent que les femmes sollicitent moins le financement externe comparativement aux hommes. Cette tendance peut être attribuée soit à la discrimination des institutions financières, soit aux décisions personnelles des femmes (Carranza et al., 2018).

En ce qui concerne la discrimination, les recherches sur ce sujet restent majoritairement partagées dans les pays développés. Selon certaines études, comme celle de Marlow et Patton (2005), il existe une discrimination envers les emprunteuses, tandis que d'autres, comme celle de Coleman (2002), ne trouvent pas de tels résultats. D'après plusieurs témoignages, les femmes sont traitées de manière défavorable par les banques, se sentant perçues comme des risques plus élevés et moins aptes à rembourser un prêt par rapport aux hommes (Brush et al., 2009). Par exemple, des expériences menées aux États-Unis ont prouvé que certains prêteurs considèrent les femmes comme moins aptes à réussir en tant qu'entrepreneures (Buttner & Rosen, 1988). D'autres recherches soutiennent l'inverse en présentant des exemples de taux d'intérêt qui sont pourtant plus favorables aux femmes (D'espallier et al., 2013), ce qui n'est cependant pas souvent mentionné dans la littérature.

Dans les pays en voie de développement, les femmes entrepreneures font face à un défi majeur en termes d'accès au financement, avec des indices indiquant des obstacles accrus pour obtenir des prêts et des conditions de crédit moins favorables (Muravyev et al., 2009). Les banques maintiennent des idées reçues qui influencent leurs choix en se basant sur des stéréotypes (Coleman, 2000).

Il est important de noter que les difficultés rencontrées par les femmes pour obtenir du crédit pourraient aussi être liées à la nature des entreprises qu'elles gèrent, souvent de petite taille et dans des secteurs moins rentables, ce qui peut compliquer l'obtention de prêts en raison des garanties plus élevées requises (Bruhn 2009). Effectivement, deux facteurs expliquent cette décision de choisir une entreprise de plus petite taille : le montant du capital initial qui est plus faible et la difficulté d'accès au crédit (Carranza et al., 2018).

Cependant, il convient également de mentionner que certains travaux montrent le contraire tels que ceux de Fabowale, Orser et Riding (1995) au Canada et de Bardasi, Sabarwaland et Terrell (2011) en Afrique subsaharienne où il n'y a pas eu de discrimination de genre en matière d'accès au financement, les femmes étant traitées de la même manière que les hommes (Carranza et al., 2018).



Enfin, il est démontré que les femmes ont tendance à recourir davantage aux sources de financement internes et informelles, telles que l'argent provenant de la famille et des amis, en raison de contraintes financières ou de choix personnels (Haynes & Haynes, 1999 ; Carranza et al., 2018).

## 2.5. Conciliation vie privée/vie professionnelle

Dans les sociétés actuelles, une grande partie des responsabilités domestiques et familiales repose sur les femmes, ce qui les handicape dans leur volonté d'indépendance (Minniti & Arenius, 2003). Cette situation est encore plus difficile dans les pays en développement, où les services de garde d'enfants et les équipements ménagers font défaut (Minniti & Arenius, 2003).

Les obligations familiales peuvent à la fois motiver les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat et limiter leur succès dans ce domaine (Carranza et al., 2018). L'implication des femmes dans les tâches familiales et domestiques a un impact significatif sur leurs performances en tant qu'entrepreneures. Cela crée une *charge mentale* prépondérante dans la vie quotidienne, surtout pour les mères et encore plus pour les mères entrepreneures désignées sous les termes de « mampreneurs » qui aspirent à pouvoir se consacrer pleinement au développement de leur entreprise tout en assurant leur rôle de mère (Richomme-Huet & d'Andria, 2013). « Selon, François Fatoux (2014), ancien membre du Haut Conseil à l'égalité entre les hommes et les femmes, la charge mentale, c'est le fait d'avoir en permanence dans un coin de la tête la préoccupation des tâches domestiques et éducatives, même dans des moments où on n'est pas dans leur exécution » (cité par Toussaint, 2018, p. 16). En effet, d'après plusieurs études, une grande partie du temps consacré à l'éducation des enfants réduit le temps disponible pour des activités professionnelles autonomes, entraînant une diminution de leurs revenus (Williams, 2004 ; Hundley, 2001).

Cela indique qu'une gestion plus efficace de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée pourrait contribuer à améliorer leur rendement économique. Même si elles travaillent, les femmes sont souvent chargées de prendre soin des enfants et d'autres membres dépendants de la famille, les contraignant à une « double journée » de travail (Greer & Greene, 2003 ; Marlow, 2002). Leur charge de travail s'alourdit et leur capacité à se concentrer diminue, réduisant ainsi leur efficacité et leurs gains financiers tandis que les hommes ont généralement la possibilité de se focaliser pleinement sur leur progression professionnelle, libérés de contraintes domestiques comparables (ILO, 1999).

## 3. Défis internes

Sans tenir compte du contexte culturel ou institutionnel, la perception défavorable que la femme entrepreneure peut avoir d'elle-même peut représenter un véritable frein à sa réussite.

### 3.1. Confiance et perception de soi

Plusieurs études montrent que les femmes ont généralement moins confiance en elles que les hommes, notamment dans leur capacité à réussir professionnellement ainsi que lorsqu'elles sont confrontées à des décisions importantes telles que des choix financiers (Cech et al., 2011 ; Powell & Ansic, 1997). Chadli et Belhachmi (2022) confirment dans une étude réalisée sur les femmes marocaines, qu'un des freins à l'entrepreneuriat féminin est l'image peu valorisante voire négative que les femmes ont d'elles-mêmes.

Selon des recherches comme celle de Boring (2016), il est également démontré que les hommes ont tendance à se considérer comme plus compétents que les femmes dans la gestion d'entreprise. Les études de Correll (2004) relatent que l'évaluation personnelle des compétences professionnelles par les femmes a un impact négatif sur leurs aspirations professionnelles et leurs résultats. Cette tendance est également observée dans des recherches comme celle menée par Shragg, Yacuk et Glass (1992) au Canada et Minniti (2010), qui soulignent des disparités de perception de soi comme des défis majeurs pour les femmes entrepreneures.

#### 3.1.1. *Syndrome de l'imposteur*

Les entrepreneures peuvent être confrontées au syndrome de l'imposteur en raison d'un manque de confiance en soi (Clance et Imes, 1978). Ce phénomène concerne des individus extrêmement performants qui dans la plupart des cas attribuent leur succès à des facteurs externes tels que la chance, plutôt qu'à leurs propres efforts (Boring, 2016). De ce fait, les aspirations entrepreneuriales peuvent être entravées par ce sentiment d'illégitimité (Boring, 2016).

#### 3.1.2. *Peur de l'échec et aversion au risque*

La difficulté d'obtenir du financement et un manque de confiance en soi peuvent inciter les femmes à éviter les prises de risques dans leurs entreprises. Selon Croson et Gneezy (2009), il a été démontré que les femmes sont plus prudentes que les hommes en ce qui concerne les risques. Néanmoins, des études récentes suggèrent que ces disparités de préférences pour le risque n'expliquent qu'une faible partie des divergences de décisions entre les hommes et les femmes (Nelson, 2016).

Cependant, le déficit de confiance en soi chez les femmes peut présenter des conséquences bénéfiques (Boring, 2016). Les entrepreneures, qualifiées de plus « prudentes », ont tendance à fonder des entreprises plus petites, avec un endettement élevé, et ont moins de chances de faire défaut (Herranz et al., 2015). Par conséquent, ces dernières sont enclines à atteindre leurs objectifs plus fréquemment, ce qui peut augmenter leur niveau de satisfaction (Herranz et al., 2015).

### 3.2. Sentiment de solitude

La solitude peut également représenter un obstacle majeur à l'implication des femmes dans l'entrepreneuriat (Field et al., 2016). Les femmes tendent à intensifier leur participation dans l'entrepreneuriat lorsqu'elles collaborent avec d'autres personnes, comme des amies, plutôt que de faire les démarches et s'aventurer seules (Field et al., 2016). De cette manière, la collaboration peut avoir un impact déterminant sur le développement de l'entrepreneuriat féminin (Boring, 2016).

### 3.3. Perception des opportunités identifiées

Selon Poggesi, Mari et De Vita (2016), la capacité des femmes à repérer et à exploiter des opportunités entrepreneuriales est entravée et plus restreinte. Elles construisent parfois des difficultés auto-imposées en supposant ne pas avoir les bonnes opportunités, même si elles existent effectivement (Poggesi et al., 2016).

Certaines femmes entrepreneures ont tendance à considérer leur environnement comme plus hostile que leurs homologues masculins, bien que cette perception puisse être influencée par des facteurs subjectifs (World Bank, 2018). Selon des recherches, les femmes qui entreprennent sont souvent plus vulnérables à l'incertitude politique, ce qui peut influencer leur perception de l'environnement entrepreneurial en le rendant moins propice (World Bank, 2018).

## 4. Conclusion

Malgré sa croissance, l'entrepreneuriat féminin rencontre de nombreux obstacles. Les femmes qui entreprennent font face à des difficultés externes telles que l'accès restreint aux biens, à l'éducation et aux réseaux sociaux et financiers, qui sont aggravées par des normes sociales restrictives et des discriminations basées sur le genre. Elles sont également confrontées à des difficultés internes telles que le manque de confiance en elles-mêmes, la crainte de l'échec et le sentiment de solitude.

Afin de relever ces défis, il est essentiel d'améliorer l'accès des femmes aux moyens financiers, de renforcer leur éducation et leurs compétences entrepreneuriales, ainsi que de favoriser l'égalité entre les genres.

## Partie 4 : Les réseaux féminins

Dans cette quatrième section, nous nous penchons spécifiquement sur les réseaux féminins afin d'approfondir notre compréhension de ce sujet. L'objectif est d'explorer en détail la création des réseaux féminins, leur importance dans la vie des femmes, ainsi que les théories sous-jacentes qui expliquent la force des liens sociaux. Enfin, nous examinons l'importance et le rôle des réseaux professionnels féminins dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin.

### 1. Contexte

La société, façonnée par des préjugés sociaux, a enfermé les femmes dans des stéréotypes de genre qui influencent grandement la perception des femmes entrepreneures. Cette situation peut être expliquée par *la théorie de la congruence des rôles* développée par Alice Eagly et Steven Karau en 2002 qui permet de comprendre le conflit entre les traits de personnalité traditionnellement associés aux entrepreneurs et les attentes sociétales basées sur le genre féminin (Habiba & Hamadou, 2024). Les *femmes*, souvent considérées comme *douces et empathiques*, sont assimilées à un *rôle plus familial ou social* par la société, tandis que les qualités requises pour être entrepreneur ou dirigeant, tels que l'indépendance, la dominance ou encore l'assertivité sont considérées comme masculines (Constantinidis, 2010). La société est conçue autour de stéréotypes créés par l'homme, qui déforment en réalité une large part de la perception dans le milieu de l'entrepreneuriat.

Ces stéréotypes engendrent des barrières auxquelles les femmes sont particulièrement confrontées dans le monde des affaires, et par extension, dans celui de l'entrepreneuriat, nécessitant la création de réseaux féminins (Constantinidis, 2010 ; Moore, 1990). Ces difficultés suscitent des critiques et des doutes sur leur capacité à endosser des rôles tels que celui d'entrepreneure. Par conséquent, cela justifie la multiplication des réseaux féminins et explique pourquoi de nombreuses femmes entrepreneures actuelles ou en devenir, ressentent le besoin de participer à de tels réseaux. Elles aspirent à faire partie d'une communauté qui fait face à des défis similaires et à s'identifier à d'autres femmes (Santoni & Barth, 2014).

### 2. La force des liens

Dans l'univers professionnel notamment, celui de l'entrepreneuriat, les réseaux sont constitués d'entrepreneur(e)s et d'organisations qui échangent des ressources et des informations pour atteindre des objectifs communs (Ankel, & Lin, 2018). Cette dynamique met en lumière la notion fondamentale de liens faibles souvent sous-estimés et pas assez valorisés. Selon l'étude de Mark Granovetter en 1973, « The Strength of Weak Ties », ces liens, dits « faibles », diffèrent des liens « forts » en termes d'impact sur la diffusion d'informations et l'accès à des opportunités sociales des réseaux sociaux (Granovetter, 1973).

D'une part, *les liens forts* se caractérisent par des interactions proches, fréquentes et de longue durée, comme celles entre membres de la famille, amis intimes ou collègues réguliers (Hoang & Antoncic, 2003). Ces liens sont riches en émotions et fournissent un soutien personnel et

émotionnel important. Cependant, les liens forts ont tendance à créer des groupes sociaux assez fermés, limitant ainsi leur capacité à introduire de nouvelles informations ou opportunités au sein du groupe (Obstfeld, 2005).

D'autre part, *les liens faibles* se distinguent par des relations moins fréquentes ou plus distantes, telles que celles avec des connaissances ou des contacts occasionnels (Gefen & Laugier, 2020). Bien que souvent sous-estimées, ces relations sont pourtant essentielles car elles servent de ponts entre différents cercles sociaux ou professionnels (Granovetter, 1973). Ces liens faibles étendent considérablement le réseau d'un individu au-delà de son cercle immédiat et permettent d'accéder à des informations et des ressources qui ne sont pas disponibles dans son réseau de liens forts (Gefen & Laugier, 2020).

L'importance des liens faibles réside dans leur capacité à faciliter la diffusion de nouvelles informations et d'ouvrir des opportunités telles que des emplois ou des collaborations qui seraient autrement hors de portée (Ankel & Lin, 2018). En outre, ils augmentent l'influence d'une personne en connectant des groupes sociaux qui n'auraient autrement pas de liens entre eux (Ankel & Lin, 2018). En matière de réseautage professionnel, entretenir des liens faibles peut conduire à des collaborations novatrices et à une progression de carrière grâce à l'accès à des milieux diversifiés (Obstfeld, 2005). Granovetter a ainsi démontré que si les liens forts sont cruciaux pour un soutien immédiat et approfondi, les liens faibles sont indispensables pour un succès professionnel et personnel sur le long terme, car ils ouvrent la voie à de nouvelles idées, tendances et opportunités (Granovetter, 1973).

### 3. Importance et rôle des réseaux professionnels féminins dans l'entrepreneuriat féminin

Bien que l'acquisition de nouvelles perspectives, le partage d'expériences, de connaissances et l'accès aux contacts soient des bénéfices universellement appréciés au sein des réseaux en général, les femmes entrepreneures, actuelles ou futures, manifestent des attentes et des besoins supplémentaires et plus particuliers (Santoni & Barth, 2014), d'où l'émergence de réseaux d'affaires féminins.

Selon une étude de cas portant sur « la constitution d'un réseau autour d'un Centre entrepreneurial créé au sein d'une Business School française » (Santoni & Barth, 2014), il ressort que les femmes entrepreneures valorisent fortement *la nécessité de se reconnaître dans les expériences d'autres femmes* qui ont été ou sont dans des situations similaires. Elles cherchent à s'assimiler aux femmes partageant des points communs et à s'inspirer des modèles de réussite qui font preuve de parcours performants et qui illustrent clairement comment naviguer et surmonter les obstacles inhérents à l'entrepreneuriat féminin (Santoni & Barth, 2014). Ce *besoin d'appartenance* à un réseau féminin qui les représente et les comprend est essentiel. Cela facilite leur identification aux autres femmes entrepreneures et renforce le sentiment d'être mieux comprises (Smeltzer & Fann, 1989). Ce lien contribue fortement à leur propre développement entrepreneurial (Smeltzer & Fann, 1989).

En mettant à disposition une série de ressources, de contacts et parfois même des formations et du mentorat élaborés particulièrement pour surmonter les obstacles uniques auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures (Santoni & Barth, 2014), ces initiatives jouent un rôle dans leur parcours entrepreneurial. Certains réseaux proposent également des programmes avec le soutien d'expertes ou de mentorat par des entrepreneures expérimentées, favorisant le *développement professionnel* des membres (Constantinidis, 2010). Ces échanges et ces interactions entre femmes du réseau peuvent même parfois mener à des *collaborations*, illustrant comment le partage d'idées peut stimuler l'innovation et la création de nouveaux projets (Constantinidis, 2010).

Ces réseaux féminins jouent également un rôle crucial dans le *renforcement de la confiance* des femmes, en leur offrant un *soutien émotionnel* essentiel (Boni-Le Goff, 2010). De nombreuses femmes, qui peuvent se sentir intimidées ou illégitimes à l'idée d'entreprendre, y trouvent l'encouragement nécessaire pour oser et réaliser leurs ambitions. De plus, ils sont aussi remarquables pour *guider, motiver, faciliter* l'échange de bonnes pratiques, et accroître l'influence et la présence des femmes entrepreneures, contribuant ainsi à leur expansion et leur renforcement dans le monde de l'entrepreneuriat (Robinson & Stubberud, 2009).

Les réseaux féminins offrent un espace sûr pour rompre l'isolement et surmonter les barrières. Ils fonctionnent comme des lieux propices à l'interaction, à l'apprentissage et au développement de compétences entrepreneuriales (Robinson & Stubberud, 2009). Bien que les femmes aient tendance à privilégier les réseaux informels comme la famille et les amis, ces réseaux offrent moins de diversité et d'expertise dans le contexte précis de l'entrepreneuriat féminin (Hoang & Antoncic, 2003). En s'engageant dans des réseaux d'affaires féminins, elles peuvent réduire cet isolement et accéder à des contacts occasionnels mais enrichissants (cf. liens faibles p. 35), offrant des conseils plus variés et spécialisés (Gefen & Laugier, 2020). Cette ouverture aide à surmonter l'isolement souvent ressenti dans des secteurs dominés par les hommes ou même au sein de leur cercle proche (Robinson & Stubberud, 2009). Ainsi, les réseaux féminins jouent un rôle clé dans *la promotion de l'égalité des chances* pour les entrepreneures en établissant un *environnement inclusif* pour celles-ci, soutenant activement la cause de l'égalité des genres au sein de l'entrepreneuriat (Boni-Le Goff, 2010).

Enfin, les réseaux d'affaires sont souvent plus difficiles pour les femmes, car elles ont tendance à préférer leurs relations étroites (liens forts) à leurs liens moins directs (liens faibles) (Santoni & Barth, 2014). La plupart des femmes pensent que c'est dans leur cercle proche qu'elles trouveront les moyens et les renseignements suffisants dont elles ont besoin (Santoni & Barth, 2014). Toutefois, dans le domaine de l'entrepreneuriat et pendant les étapes de création d'entreprise, il est essentiel de développer et de mettre en valeur des liens plus distants (liens faibles), car ces types de relations peuvent être particulièrement avantageux pour acquérir de nouvelles connaissances et améliorer leur environnement entrepreneurial (Habiba & Hamadou, 2024).

## 4. Conclusion

Les réseaux de femmes ont un rôle essentiel dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, fournissant un soutien essentiel et des ressources indispensables. Ces réseaux offrent aux femmes la possibilité de se connecter avec des pairs qui partagent des expériences similaires, ce qui favorise leur épanouissement professionnel et personnel.

Les relations étroites, souvent négligées, sont extrêmement avantageuses, offrant des possibilités et des informations précieuses pour la réussite dans le domaine de l'entrepreneuriat. En revanche, les liens solides, bien que complémentaires, ont tendance à restreindre l'ouverture à de nouvelles perspectives.

Les femmes bénéficient d'un soutien émotionnel, de programmes de mentorat et d'opportunités de collaboration grâce aux réseaux professionnels féminins, ce qui renforce la confiance et l'ambition. Enfin, ces réseaux jouent un rôle essentiel dans la résolution des défis spécifiques de l'entrepreneuriat féminin, favorisant ainsi une plus grande égalité des opportunités et un environnement entrepreneurial plus inclusif.

## Partie 5 : Programmes d'accompagnement pour femmes entrepreneures

De la même manière que pour les réseaux, il a été choisi de consacrer une partie entière aux programmes d'accompagnement féminin, qui constituent la deuxième forme de soutien et d'initiative traitée. Le mémoire expose une exploration détaillée des programmes d'accompagnement féminin afin d'analyser en profondeur leur émergence, les raisons qui poussent les entrepreneures à y prendre part, leurs objectifs et missions, ainsi que les différentes formes de ces programmes.

### 1. Contexte

L'écosystème de soutien à l'entrepreneuriat est de plus en plus diversifié et coopératif. Un nombre croissant de programmes est mis en place pour répondre à des besoins émergents de la part des entrepreneures (Theodoraki & Messeghem, 2015). Cependant, le but ultime reste la *coopération* et le *soutien* à celles-ci (Theodoraki & Messeghem, 2015). En effet, la littérature académique souligne la complexité du paysage d'incubateurs entrepreneuriaux, marqué par une abondance et une variété de programmes (Bakkali et al., 2010). Les modèles de ces programmes d'entrepreneuriat évoluent et se transforment, intégrant des contenus, des structures et des caractéristiques variées qui reflètent les influences du contexte local, les particularités régionales et l'environnement spécifique dans lequel ils sont mis en place (Bakkali et al., 2010).

Selon Lebègue (2015), il est clair que les normes et attentes de genre imprègnent profondément notre société, influençant aussi bien la culture quotidienne que les systèmes juridiques et les structures de soutien institutionnel. Les conditions de vie ainsi que les expériences personnelles et professionnelles sont fortement influencées par ces normes, notamment dans le domaine de l'entrepreneuriat où les femmes peuvent faire face à des défis liés aux normes socio-culturelles (Lebègue, 2015).

En réponse à l'absence de structures répondant aux exigences et difficultés particulières des entrepreneures, des programmes d'accompagnement entrepreneurial féminin ont été développés afin d'adapter le contenu et les méthodes de soutien pour les femmes (Richomme-Huet & Andria, 2013). Ces programmes mis en place offrent un soutien personnalisé qui favorise le développement du projet ou de l'entreprise. En identifiant et en exposant à la fois les limites et les potentiels de ces derniers, chaque accompagnement a pour but d'être adapté aux besoins uniques de chaque entrepreneure afin de satisfaire au mieux leurs attentes et leurs besoins (Bueno Merino & Duchemin, 2016). En effet, il est primordial de concevoir le genre comme une « catégorisation socialement construite » (Lebègue, 2015, p. 111), expliquant ainsi la nécessité de créer diverses et nouvelles formes d'accompagnement entrepreneurial qui offrent des techniques et des approches adaptées aux divers profils d'entrepreneur(e)s.

Malgré le caractère encore marginal des recherches sur les programmes entrepreneuriaux spécifiquement destinés aux femmes, nous retrouvons la plupart des travaux académiques en



Europe de l'Ouest, y compris les études réalisées par « Nilsson (1997) en Suède, Bliss et Garratt (2001) en Pologne, Wilson, Whittam et Deakins (2004) au Royaume-Uni, Tillmar (2007) en Suède, Treanor et Henry (2010) en Irlande, Pardo- del-Val (2010) en Espagne, Dhaliwal (2010) au Royaume-Uni, Drine et Grach (2012) en Tunisie, Pettersson (2012) dans les pays nordiques ainsi que Richomme- Huet et d'Andria (2013) en France » (cité par Lebègue, 2015, p. 115-119).

## 2. Facteurs motivationnels à intégrer des réseaux ou des programmes

Les motivations des femmes entrepreneures à participer à des programmes d'accompagnement entrepreneurial spécifiquement destinés aux femmes sont multiples et peuvent différer selon leur parcours, leur domaine d'activité et leurs aspirations personnelles.

Pour certaines entrepreneures, ces programmes leur offrent une opportunité de *pallier un manque de confiance en soi* et de *surmonter divers obstacles psychologiques*, leur permettant ainsi de se sentir plus comprises et mieux valorisées (Richomme-Huet & Andria, 2013, Bueno Merino & Duchemin, 2016). Pour d'autres, ces initiatives leur donnent *le courage de se lancer et de faire face à la peur de l'échec* lors du lancement d'une entreprise, qui peut être plus prégnante chez les femmes que chez les hommes (Bueno Merino & Duchemin, 2016). Elles peuvent aussi *acquérir des compétences entrepreneuriales* essentielles et *obtenir des conseils*, des informations ainsi que des ressources, parfois difficiles d'accès mais indispensables pour leur parcours et leur évolution en tant qu'entrepreneures (Fouquet, 2005). D'autres cherchent encore à *faciliter leur connexion* avec d'autres entrepreneures et à bénéficier des *opportunités de mentorat*, qui offre une orientation, un soutien externe et une perspective enrichissante pour le développement et l'avancement de leur propre projet ou entreprise (Carrier et al., 2006). Enfin, participer à un programme exclusivement réservé aux femmes renforce chez certaines *un sentiment de légitimité*, leur donnant ainsi la possibilité de s'exprimer et d'agir pleinement en tant qu'entrepreneures (Bueno Merino & Duchemin, 2016).

## 3. Objectifs des programmes d'accompagnement féminin

Face aux défis et complexités que rencontrent les femmes entrepreneures, cet accompagnement revêt une importance capitale pendant la phase de conception du projet, où il influence fortement les aspects essentiels du projet ainsi que l'implication et la motivation de l'entrepreneure (Degeorge, 2017). Toutefois, l'accompagnement entrepreneurial ne se limite pas aux premières étapes de la création du projet, mais s'étend à toutes ses étapes (Degeorge, 2017). Il peut être fourni dès la conception, pendant la mise en place, tout au long du développement entrepreneurial et même après des échecs ou des difficultés rencontrées en tant que soutien post-entrepreneurial (Degeorge, 2017).

La prise en charge de la création d'entreprise peut jouer un rôle essentiel dans le succès des femmes entrepreneures, ce qui accroît leur probabilité de survie par rapport aux entreprises qui ne bénéficient pas de ce type de soutien (Bueno Merino & Duchemin, 2016). Il est primordial de saisir les différents défis légaux, culturels et institutionnels auxquels font face les femmes

entrepreneures afin de développer une approche d'accompagnement adaptée (Bueno Merino & Duchemin, 2016).

Dans un premier temps, l'objectif des programmes d'accompagnement est de *simplifier la création d'entreprises* tout en contribuant à l'acquisition de compétences entrepreneuriales pérennes afin de favoriser la survie de celles-ci (Arlotto et al., 2012). Ils permettent aux participantes la possibilité de *consolider leurs compétences* en matière d'outils indispensables pour la gestion d'un projet entrepreneurial (Bakkali et al., 2010). Par exemple, il peut s'agir de concevoir un business model, de rédiger un business plan, ainsi que de suivre des formations spécifiques en marketing, en finance ou d'autres domaines nécessaires au développement et à la croissance de leur projet ou entreprise (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017).

Dans un second temps, ces initiatives d'accompagnement ont également un rôle essentiel de *médiation* entre les entrepreneures et divers acteurs externes, y compris les investisseurs, pour faciliter l'accès aux financements et à d'autres ressources essentielles, ainsi que les partenaires potentiels comme les clients et les fournisseurs (Bakkali et al., 2010). Selon Theodoraki & Messeghem (2015), ces organisations proposent différents services tels que l'assistance administrative, la formation professionnelle, des conseils stratégiques, tout en favorisant la mise en relation entre les entrepreneures.

En outre, ces programmes conçus pour les femmes sont mis en place afin de faire face à l'écosystème et aux enjeux particuliers de l'entrepreneuriat féminin, en proposant un soutien adapté à chaque étape de leur parcours entrepreneurial (Degeorge, 2017). Les femmes entrepreneures ne constituent pas forcément une homogénéité (Constantinidis, 2010). De cette manière, les programmes d'accompagnement apportent donc une *aide* aux femmes pour faire face aux préjugés et aux défis auxquels elles sont confrontées, les incitant à considérer l'entrepreneuriat féminin comme une possibilité de carrière durable (Kirkwood, 2009). Ils participent aussi à l'établissement d'un *environnement entrepreneurial inclusif* qui met en avant la diversité et l'inclusion des femmes dans ce domaine (Chadli & Belhachmi, 2022). Renforcer ces initiatives permet de démanteler les *stéréotypes de genre* associés à l'entrepreneuriat féminin (Bueno Merino & Duchemin, 2016).

De plus, selon Kirkwood (2009), les programmes de soutien représentent un levier crucial afin d'*augmenter la confiance en soi* des entrepreneures, venant renforcer leur désir d'entreprendre et la légitimité de développer leurs compétences entrepreneuriales dans le but de créer leur propre entreprise.

En conclusion, les incubateurs offrent une *assistance* aux femmes entrepreneures pour faire face à d'autres défis spécifiques tels que la conciliation entre leur travail et leur vie familiale (Carrier et al., 2006). Ils les accompagnent également dans leur lutte contre des défis tels que l'intégration plus difficile dans des réseaux professionnels, l'accès restreint et moins important au financement, la peur de l'échec lors du lancement du projet ou de l'entreprise ainsi que la réticence à fonder des entreprises de plus grande taille, contrairement à ce que la littérature suggère souvent, les femmes ont tendance à créer des entreprises de petite envergure avec moins de financements initiaux (Brush & Jennings, 2013).

#### 4. Différentes formes de programmes d'accompagnement pour entrepreneures

Il est souvent mis en évidence la complexité de l'environnement d'accompagnement entrepreneurial, en raison de la multitude et de la diversité des incubateurs disponibles sur le marché (Bakkali et al., 2010). Allant de l'accompagnement individuel à l'accompagnement collectif, les programmes varient en fonction du type d'accompagnement proposé, des services offerts, des opportunités d'accès aux financements disponibles et de l'étape dans laquelle se trouve l'entrepreneure lors de son parcours entrepreneurial (Arlotto et al., 2012).

Le type d'accompagnement se distingue également selon les différents profils tels que « mampreneurs », les entrepreneures d'une certaine origine bien précise, les entrepreneures spécialisées dans un certain secteur, par exemple, le domaine de la technologie ou encore les entrepreneures qui appartiennent à une tranche d'âge spécifique, etc (Lebègue, 2015). Il est clair qu'une différence remarquable entre ces offres de programmes et de soutien se trouve au niveau du public visé. En effet, il existe de nombreux programmes, chacun élaboré pour satisfaire de la meilleure manière les besoins particuliers des participantes et leur identification avec le programme (Léger-Jarniou, 2008 ; Messeghmen, 2013).

De plus, il est pertinent de distinguer l'accompagnement *collectif* de l'*individuel*. L'*approche collective*, qui regroupe un petit comité de femmes entrepreneures, tend généralement à se focaliser sur des aspects plus techniques en offrant des opportunités pour développer des compétences entrepreneuriales, telles que la communication, la création de sites internet, le marketing, et la planification financière, etc (Richomme-Huet & d'Andria, 2013). L'objectif est de fournir à l'entrepreneure les meilleures « ressources matérielles » pour entreprendre son projet (Bueno Merino & Duchemin, 2016). Quant à l'*approche individuelle*, elle se manifeste sous la forme de mentorat ou de coaching et a pour objectif principal de mettre en évidence le potentiel entrepreneurial et de promouvoir l'autonomie (Richomme-Huet & d'Andria, 2013). Ce genre d'aide agit comme un facilitateur et un guide, contribuant à faire naître les idées et à stimuler le développement personnel et professionnel (Bueno Merino & Duchemin, 2016).

Une autre approche intéressante et réalisée selon une étude portant sur « le rôle de l'accompagnement amont sur la poursuite du projet d'affaires : résultats d'une enquête empirique » (cité par Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017), est de classer le type d'accompagnement en trois catégories d'accompagnement proposées *lors de la phase de création d'un projet*.

- La première catégorie, nommée « *accompagnement aux démarches* », intervient durant la phase initiale de création d'entreprise (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017). Elle aide à transformer une idée naissante en un projet concret sur le marché. Cette assistance comprend l'analyse des forces et des faiblesses du projet, la sélection du statut juridique approprié pour la future entreprise, la recherche de financements adaptés aux besoins, entre autres démarches essentielles au lancement du projet (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017).

- La deuxième catégorie « *accompagnement à la consolidation* », s'adresse aux entrepreneurs qui ont déjà franchi les premières étapes clés ou qui sont en cours de les réaliser (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017). Cet accompagnement se concentre sur le renforcement des aspects financiers et l'éclaircissement des zones encore ambiguës, afin de résoudre les problèmes qui entravent la finalisation du projet (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017).
- Enfin, la troisième catégorie « *accompagnement à la finalisation* », offre une perspective extérieure pour évaluer et potentiellement valider le projet en cours (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017). Les contributions de cette phase d'accompagnement permettent de réaliser les dernières étapes nécessaires, comme suivre une formation cruciale, ajuster les aspects juridiques, ou finaliser les démarches administratives (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017).

## 5. Conclusion

Les programmes d'accompagnement destinés aux femmes entrepreneures proposent un soutien personnalisé pour faire face aux défis particuliers auxquels elles font face. Ils englobent l'ensemble des phases de l'entrepreneuriat, de la conception à la mise en œuvre des projets, en évitant les difficultés socio-culturelles et institutionnelles.

Ces initiatives favorisent le renforcement de la confiance en soi, l'acquisition de compétences indispensables et la facilitation de l'accès aux ressources et aux réseaux de travail. Elles ont pour objectif de faciliter la création d'entreprises, développer des compétences durables et faciliter l'accès aux financements et aux partenariats, tout en favorisant un environnement entrepreneurial varié et inclusif.

Finalement, ces programmes jouent un rôle essentiel dans l'encouragement de l'innovation et du succès des femmes entrepreneures, en répondant à leurs besoins particuliers et en favorisant leur épanouissement personnel et du travail.

## Partie 6 : Femmes entrepreneures : cas des bruxelloises

Dans cette dernière partie théorique, il a été souhaité de mettre l'accent sur les femmes entrepreneures à Bruxelles, en lien direct avec le thème du mémoire qui se focalise sur cette région. En tant que résidente bruxelloise et ayant eu accès à un réseau de contacts implanté dans cette ville, le désir de se plonger davantage dans les aspects essentiels de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles a été fortement éprouvé. Il vous est suggéré de vous immerger, dans un premier temps sur base de données secondaires, plus en profondeur dans l'analyse de cet écosystème.

Cette section repose sur les baromètres élaborés par des organismes tels que le Réseau Diane, un réseau d'affaires féminin de l'UCM (Union des Classes Moyennes), opérant en Wallonie et à Bruxelles, mené en 2023, ainsi que sur le rapport du hub.brussels, également rédigé en 2023 par l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat, qui déploie diverses initiatives en faveur de l'entrepreneuriat féminin.

Il convient de souligner que cette partie est basée sur des études réalisées par des entités bruxelloises travaillant directement sur cette thématique et que les recherches ne se fondent pas sur des articles scientifiques ou d'autres types de littérature spécialisée. En effet, la recherche de renseignements précis, notamment sur les entrepreneures bruxelloises, à partir de la littérature scientifique existante, s'est avérée insuffisante, ce qui a conduit à se référer à ces baromètres.

Les baromètres sont, dans cette perspective, des instruments de mesure ou des études régulières qui permettent d'évaluer et d'analyser des situations particulières. Un baromètre surveille et évalue différents aspects d'un phénomène, tels que les avancées, les tendances, les attitudes, les problèmes persistants ou les résultats (Madeinvote, 2023). Dans notre situation, les baromètres mentionnés sont des études menées régulièrement par des organismes spécialisés afin d'évaluer divers aspects de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles.

### 1. Contexte

D'une part, le réseau d'affaires féminin Diane a élaboré un baromètre en 2023 à Bruxelles et en Wallonie. Cette étude préliminaire, menée par l'UCM, a mis en évidence, entre autres, que les femmes aspirant à être indépendantes ne bénéficient pas du soutien requis et que leurs besoins et attentes étaient particuliers (Diane, 2024). Dans ce contexte, l'étude du baromètre de l'entrepreneuriat féminin en Wallonie et à Bruxelles revêt une importance primordiale. Elle explore les éléments essentiels de l'entrepreneuriat féminin dans ces régions, incluant une enquête sur le terrain afin de saisir les réalités, les obstacles et les ambitions des femmes entrepreneures (Diane, 2024).

D'autre part, hub.brussels, à travers son baromètre de 2023, ambitionne de saisir et d'analyser les besoins, les profils et les pratiques de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles, tout en proposant des perspectives sur la manière de soutenir cette dynamique (hub.brussels, 2023).

Les deux initiatives visent à réunir les acteurs majeurs du milieu entrepreneurial féminin à Bruxelles : les administrations publiques, les organismes de financement et d'accompagnement, les réseaux d'affaires et les décideurs politiques. Leur but est de fournir un soutien global à toutes les entrepreneures opérant dans la région bruxelloise (hub.brussels, 2023 ; Diane, 2024).

## 2. Entrepreneures bruxelloises - chiffres clés

Afin d'avoir une meilleure compréhension de la situation, quelques chiffres clés sont exposés. Le taux d'entrepreneures à Bruxelles s'établit à 28,9% en 2021, soit 35 653 femmes entrepreneures sur un total de 442 474 en Belgique (hub.brussels, 2023 ; Diane, 2024). Malgré cette progression notable et positive, une disparité persiste entre entrepreneurs et entrepreneures avec près de 2,5 fois plus d'hommes que de femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat (35 635 entrepreneures bruxelloises contre 87 756 entrepreneurs bruxellois) (hub.brussels, 2023 ; Diane, 2024). Néanmoins, la croissance du nombre d'entrepreneures est plus rapide que celle des entrepreneurs à Bruxelles (+12,6 % contre 9,8 % entre 2018 et 2021), notamment parmi celles qui exercent leur activité à titre complémentaire (hub.brussels, 2023). A savoir, que pour chaque femme entrepreneure qui met fin son activité, trois autres s'engagent dans cette route (hub.brussels, 2023).

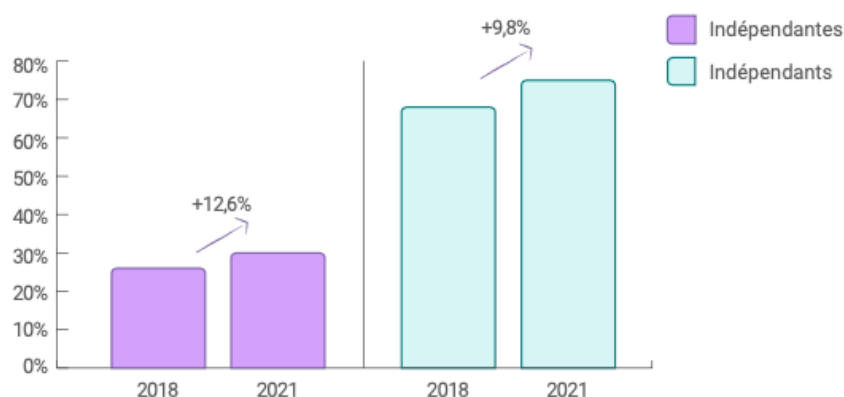


Figure 7 : Nombre d'indépendant-e-s (à l'exception des aidant-e-s) âgé-e-s de moins de 65 ans, selon le genre, et évolution (%) du nombre d'indépendant-e-s, Région de Bruxelles-Capitale, 2018 et 2021

Source : Hub.brussels. (2023). Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023.  
<https://womeninbusiness.hub.brussels/barometre-entrepreneuriat-feminin/>

Par ailleurs, il est pertinent d'observer les variations de la population des indépendant(e)s au cours des cinq dernières années dans les trois régions belges afin de visualiser le positionnement de la Région de Bruxelles-Capitale. Le nombre de femmes travaillant en tant qu'indépendantes à Bruxelles a connu une augmentation de 13,72% (Diane, 2024). Cependant, nous notons que la disparité est représentée dans les trois régions mais Bruxelles demeure la dernière en termes de croissance du nombre de femmes et d'hommes entrepreneur(e)s, tous genres confondus. De plus, la proportion de femmes indépendantes à titre principale est plus faible que celles des hommes à Bruxelles avec 2,87 hommes pour chaque femme. Cette disparité est moins prononcée en Régions wallonne et flamande, avec respectivement 1,76 et 1,73 hommes pour chaque femme (hub.brussels, 2023).

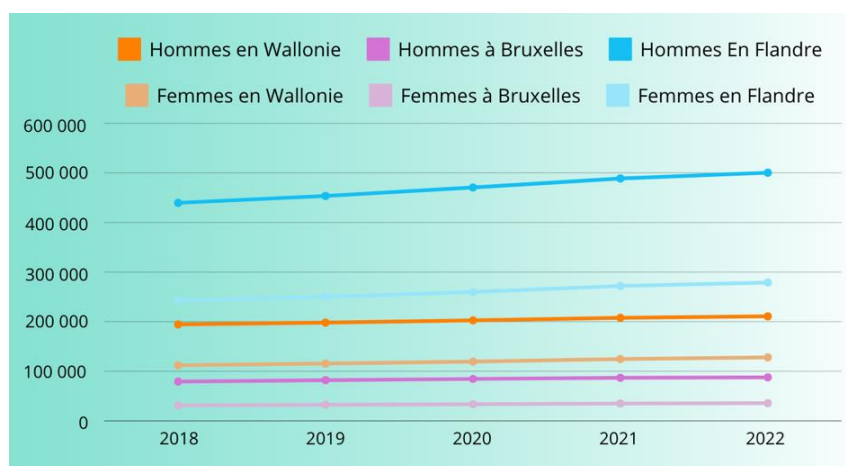


Figure 8: Évolution de la population des indépendant(e)s au cours des 5 dernières années

Source : Diane. (2024). BAROMÈTRE de l'entrepreneuriat FÉMININ en WALLONIE et à BRUXELLES, ÉDITION 2024.

[https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc\\_UBJVJg/view?utm\\_content=DAF9hNZ5Dik&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=editor#1](https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc_UBJVJg/view?utm_content=DAF9hNZ5Dik&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor#1)



Figure 9 : Taux d'accroissement annuel moyen du nombre d'indépendants et d'aidants cessants en %

Source : INASTI. (2023). Calculs et représentations : SPF Economie. Observatoire des PME. Consulté le 4 juillet 2024, à l'adresse <https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/pme-et-independants-en/les-travailleurs-independants/profil-des-travailleurs>

### 3. Taux de survie des activités des entrepreneures

Concernant la durabilité des entreprises fondées par des entrepreneures, nous notons qu'en 2021, 44,8% des entreprises créées par des indépendantes à Bruxelles en 2016 étaient toujours en activité (hub.brussels, 2023). Les proportions sont similaires pour les hommes indépendants, avec 43,2 % des entreprises toujours en activité en 2021 (hub.brussels, 2023). Dans l'ensemble, ces données soulignent une vulnérabilité accrue associée au statut d'indépendant(e) (hub.brussels, 2023).

## 4. Revenus

Les indépendantes à titre principal bénéficient des revenus les plus élevés (Diane, 2024).

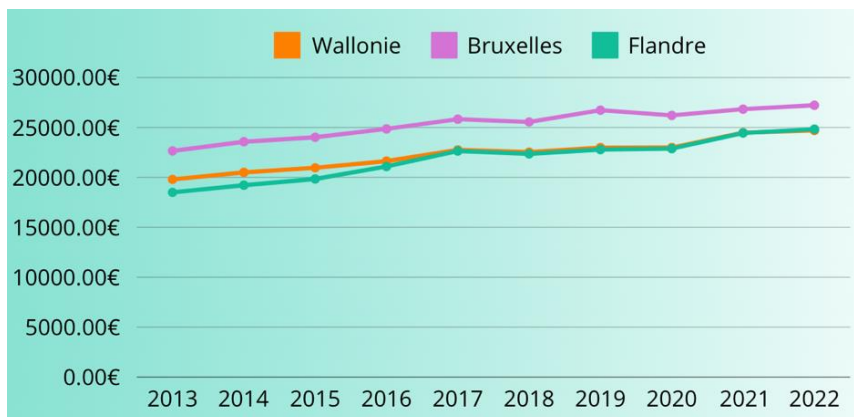


Figure 10 : Évolution des revenus professionnels nets des femmes indépendantes à titre principal

Source : Diane. (2024). BAROMÈTRE de l'entrepreneuriat FÉMININ en WALLONIE et à BRUXELLES, ÉDITION 2024.

[https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc\\_UBJVJg/view?utm\\_content=DAF9hNZ5Dik&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=editor#1](https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc_UBJVJg/view?utm_content=DAF9hNZ5Dik&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor#1)

Selon hub.brussels (2023), les femmes indépendantes à Bruxelles gagnent la plupart du temps (39.3%) moins de 5000 € par an, soit un taux supérieur de 10 % par rapport aux hommes dans cette même catégorie de revenu. En outre, pour toutes les autres catégories de revenus annuels supérieurs, les hommes sont toujours plus nombreux que les femmes : environ 30 % d'entre eux gagnent un revenu annuel supérieur à 30 000 €, alors que seulement 22 % des femmes atteignent ce seuil (hub.brussels, 2023).

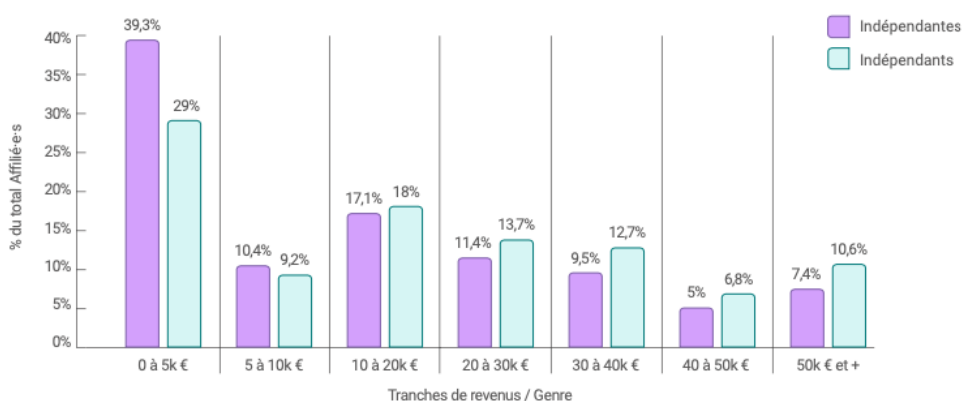


Figure 11 : Répartition des indépendant·e·s bruxellois·es selon le genre et la tranche de revenus (€), 2021. Indépendant·e·s à l'exception des aidant·e·s. Seul le revenu connu est pris en compte

Source : Hub.brussels. (2023). Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023.  
<https://womeninbusiness.hub.brussels/barometre-entrepreneuriat-feminin/>



Cependant, il existe une réelle différence entre indépendante complémentaire et indépendante à titre principale.

## 5. Motivations

Deux diagrammes ont été réalisés pour rendre compte des différences notables dans les motivations avancées par les deux structures et leur importance pour les entrepreneures féminines (Diane, 2024, p. 32 ; hub.brussels, 2023, p. 17).

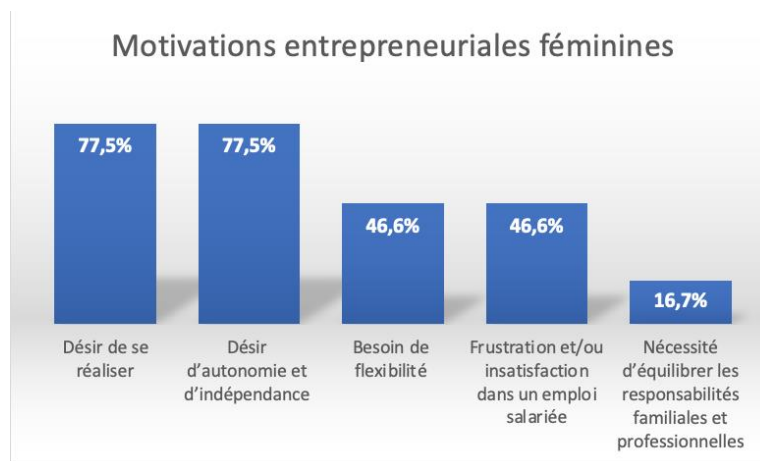


Figure 12 : Diagramme en bâtons réalisé à partir des informations du baromètre du réseau d'affaires féminin Diane sur les motivations entrepreneuriales des féminines

Source : Diane. (2024). BAROMÈTRE de l'entrepreneuriat FÉMININ en WALLONIE et à BRUXELLES, ÉDITION 2024.

[https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc\\_UBJVJg/view?utm\\_content=DAF9hNZ5Dik&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=editor#1](https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc_UBJVJg/view?utm_content=DAF9hNZ5Dik&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor#1)

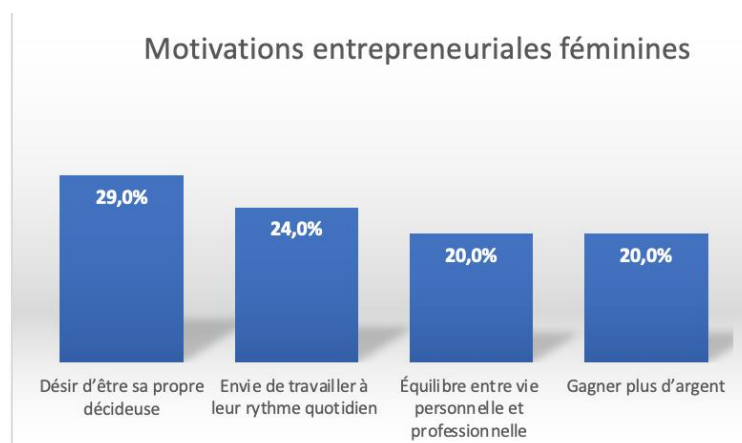


Figure 13 : Diagramme en bâtons réalisé à partir des informations du baromètre réalisé par hub.brussels sur les motivations entrepreneuriales féminines

Source : Hub.brussels. (2023). Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023.  
<https://womeninbusiness.hub.brussels/barometre-entrepreneuriat-feminin/>

A ce stade du travail, il semble pertinent d'illustrer cette disparité à l'aide de ce schéma, qui met en évidence les divergences dans la perception des motivations entre les entrepreneures et les entrepreneurs à Bruxelles.



Figure 14 : Les principales motivations des indépendant-e-s pour la création d'une activité

Source : Hub.brussels. (2023). Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023.  
<https://womeninbusiness.hub.brussels/barometre-entrepreneuriat-feminin/>

En effet, ce qui est intéressant à soulever est la place de la motivation « gagner plus d'argent » qui se trouve en deuxième place chez les indépendants alors qu'elle n'intervient qu'en troisième lieu chez les indépendantes.

Les motivations des entrepreneures correspondent parfaitement à celles décrites dans la littérature. Pour rappel, les femmes souhaitant de se lancer dans l'entrepreneuriat sont généralement motivées par une combinaison de facteurs « push » et « pull », tels que la nécessité de flexibilité, la conciliation entre les responsabilités professionnelles et familiales, le besoin d'indépendance, un meilleur équilibre famille-travail ainsi que l'aspiration à la richesse (Moult & Anderson, 2005 ; Holmen et al., 2011 ; Brush & Jennings, 2013).

## 6. Défis

D'après le baromètre du réseau d'affaires féminin Diane, les défis généraux rencontrés par les entrepreneures sont :

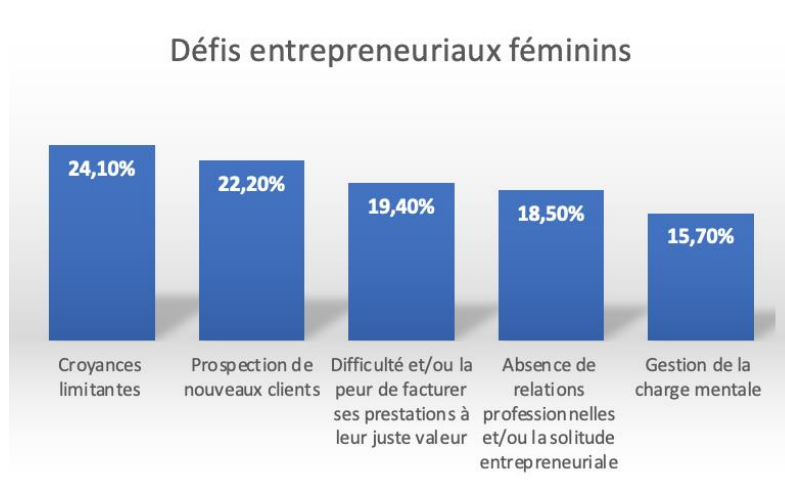


Figure 15 : Diagramme en bâtons rélaté à partir des informations du baromètre du réseau d'affaires féminin Diane sur les défis entrepreneuriaux féminins

Source : Diane. (2024). BAROMÈTRE de l'entrepreneuriat FÉMININ en WALLONIE et à BRUXELLES, ÉDITION 2024.

[https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc\\_UBJVJg/view?utm\\_content=DAF9hNZ5Dik&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=editor#1](https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc_UBJVJg/view?utm_content=DAF9hNZ5Dik&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor#1)

Tandis que le baromètre de hub.brussels (2023), lui met en évidence les défis rencontrés par les entrepreneures lors du lancement de leur projet :

1. « Les indépendantes sondées rencontrent plus de difficultés pour les différentes étapes de la création d'une entreprise (business plan et mise en place de production de produits).
2. Lors du lancement de leur projet, les indépendantes affirment disposer de moins de compétences entrepreneuriales.
3. Ces dernières ont affirmé que les mesures d'accompagnement de la Région bruxelloise sont le deuxième domaine de connaissance qu'elles maîtrisent le moins, après les aides et subsides du fédéral et/ou des régions, et les possibilités de financements » (hub.brussels, 2023, p. 18-19)<sup>7</sup>.
4. Plusieurs répondantes ont mentionné avoir été confrontées à un refus de prêt bancaire (hub.brussels, 2023). Selon hub.brussels (2023), les majeures raisons mentionnées étaient les suivantes : « Les garanties ont été jugées insuffisantes, elles ne rentraient pas dans les conditions d'octroi ou encore les capacités de remboursement étaient jugées insuffisantes » (hub.brussels, 2023, p. 19).

Il est intéressant de noter que les défis spécifiques à la situation bruxelloise varient légèrement par rapport à la théorie, en introduisant des obstacles uniques à ce contexte. De plus, les défis tels que les normes sociales et culturelles, le manque de confiance en soi, la gestion de la charge

<sup>7</sup> Pour ces données, le baromètre ne soumet pas de pourcentage précis.

mentale ou encore l'accès au crédit confirment ce que suggère la théorie (Carranza et al., 2018 ; Chadli & Belhachmi, 2022).

## 7. Profil type d'une entrepreneure bruxelloise

A la suite d'études et d'analyses réalisées par hub.brussels (2023), le profil type d'une entrepreneure bruxelloise est présenté comme ceci :

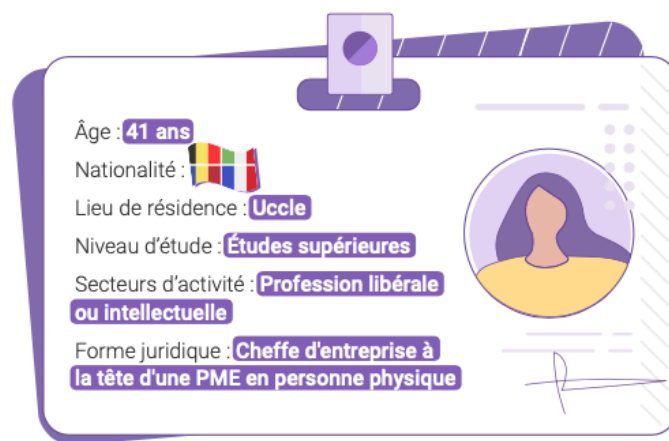


Figure 16 : Carte d'identité de l'indépendante bruxelloise

Source : Hub.brussels. (2023). Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023.  
<https://womeninbusiness.hub.brussels/barometre-entrepreneuriat-feminin/>

Le portrait-type de l'entrepreneure bruxelloise dressé à partir du baromètre de hub.brussels (2023) converge vers une femme âgée d'une quarantaine d'années, principalement de nationalité belge, française, roumaine ou italienne. Selon le baromètre réalisé, « plus d'une indépendante sur trois est de nationalité étrangère à Bruxelles » (cité par hub.brussels, 2023, p. 14). En 2021, 10 657 femmes indépendantes de nationalité étrangère résidaient à Bruxelles-Capitale, soit quatre à cinq fois plus que dans les autres régions (hub.brussels, 2023).

Quant au lieu de résidence le plus fréquent, il s'avère être Uccle. Au contraire, Molenbeek-Saint-Jean enregistre le taux d'indépendantes le plus bas de Bruxelles, atteignant seulement 3,9 %, tandis que Woluwe-Saint-Pierre, Watermael-Boitsfort et Uccle se démarquent par des taux d'indépendantes plus élevés, dépassant les 10 % (hub.brussels, 2023).

Concernant leur niveau d'éducation, la grande majorité des indépendantes possède un diplôme d'études supérieures. Leurs secteurs d'activité sont principalement des professions libérales (58%), intellectuelles (58%) et commerciales (22.3%) (hub.brussels, 2023). La plupart s'enregistrent comme personne physique (58%) (hub.brussels, 2023).

Les résultats du baromètre Diane révèlent des similitudes avec d'autres données telles que l'âge, la forme juridique et la nationalité des entrepreneures (Diane, 2024). Cependant, il englobe toutes les femmes entrepreneures belges, ce qui était moins pertinent le contexte spécifique de ce mémoire (Diane, 2024).

## 8. Réseaux et programmes d'accompagnement féminins bruxellois

D'après les résultats du baromètre de hub.brussels (2023), les réseaux d'affaires féminins contribuent à renforcer la solidarité. Or, en général, il y a plus d'hommes membres d'un réseau ou cercle d'affaires mixte que de femmes (hub.brussels, 2023). Cependant, dans le cas de réseaux spécifiquement genrés, les femmes sont plus susceptibles de faire ce choix que les hommes (hub.brussels, 2023).

Par ailleurs, il est souligné que les coopératives d'activités, définies par hub.brussels comme « un des dispositifs d'aide au lancement pour les chercheur-se-s d'emploi permettant de stabiliser leurs activités avant de se lancer à titre principal » (hub.brussels, 2023, p. 21) ont enregistré une croissance significative chez les femmes. De 2017 à 2022, pendant la période de préparation de projet, cette croissance s'est élevée à 152,1% (hub.brussels, 2023).

Les coopératives d'activités sont plus souvent privilégiées par les femmes comme point de départ pour leurs entreprises, ce qui relève le rôle essentiel de ce genre d'organisation dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin (hub.brussels, 2023).

Enfin, d'après le réseau Diane (2024), les attentes d'un réseau féminin sont diverses et regroupent : « Enrichir leur réseau professionnel, trouver des nouvelles collaborations/synergies, partager et bénéficier de conseils expérimentés, de la convivialité, développer et/ou perfectionner leurs compétences, développer leur business, bénéficier d'une visibilité, être recommandée par d'autres membres, trouver des nouveaux clients, se sentir entourée dans leur activité » (Diane, 2024, p. 34).

Ces besoins des entrepreneures envers les réseaux féminins mettent en évidence l'importance pour ces derniers de fournir un soutien global. Ces attentes dépassent les simples opportunités commerciales et soulignent l'importance des liens professionnels solides, de l'échange d'expériences et d'aide mutuelle pour celles qui s'engagent dans l'aventure entrepreneuriale.

## 9. Conclusion

Dans cette partie, nous avons étudié l'entrepreneuriat des femmes à Bruxelles en nous basant sur les baromètres du Réseau Diane et de hub.brussels. Selon les données, le nombre d'entrepreneures augmente, mais il existe toujours des disparités par rapport aux hommes, notamment en ce qui concerne les revenus et le taux de survie des entreprises.

L'entrepreneure bruxelloise est généralement une femme de quarante ans, souvent étrangère, qui exerce principalement des métiers libéraux et commerciaux. Les femmes bénéficient d'un soutien important de la part des réseaux d'accompagnement, comme les coopératives d'activités, même si des difficultés telles que l'accès au financement et le manque de soutien spécifique demeurent.

Enfin, malgré l'essor de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles, il reste encore à améliorer afin de créer un environnement plus juste et encourageant.

## CHAPITRE 2 : Méthodologie

La démarche méthodologique englobe la planification des recherches effectuées ainsi que les méthodes choisies pour recueillir les données, tant sur le plan théorique que pratique. Après avoir exposé la structure, la stratégie et les approches de recherche choisies, la manière de conduire l'analyse des données de cette étude, sera détaillée.

Ce travail a débuté par la présentation des définitions et de concepts clés que sont l'entrepreneuriat féminin ainsi que les réseaux et les programmes d'accompagnement féminins. Ces notions essentielles, récurrentes tout au long du mémoire, établissent les bases pour comprendre les termes importants. Par la suite, les motivations et les défis rencontrés par les femmes entrepreneures sont exposés pour mieux cerner leur situation actuelle. Après avoir défini ces concepts et compris les besoins et obstacles rencontrés, l'analyse de l'influence des réseaux professionnels féminins et des structures d'accompagnement est abordée. Cette partie vise à offrir une perspective globale sur certains des principaux acteurs qui soutiennent l'entrepreneuriat féminin et à explorer leur rôle ainsi que leur impact.

En progressant dans le mémoire, un intérêt est spécifiquement porté sur les entrepreneures bruxelloises. Cette section est dédiée à l'analyse de leurs principaux défis et motivations, ainsi qu'à l'évaluation de la manière dont les réseaux professionnels et les programmes d'accompagnement féminins locaux contribuent à surmonter ces défis et à les aider à réussir leurs projets.

### 1. Méthodologie

Pour rappel, ce mémoire propose une exploration approfondie de l'entrepreneuriat féminin, en abordant d'abord l'écosystème entrepreneurial féminin à une échelle globale, puis en se concentrant sur les motivations et les défis particuliers rencontrés par les femmes entrepreneures bruxelloises. L'objectif principal de cette recherche est de répondre à plusieurs questions essentielles : quelles sont les principales raisons qui incitent les femmes à entreprendre ? Quels sont les défis spécifiques qu'elles doivent surmonter ? Quelles sont les causes fondamentales de la disparité de genre dans le domaine de l'entrepreneuriat ?

Ensuite, les sous-objectifs sont d'analyser l'impact réel des réseaux et des programmes d'accompagnement dédiés aux femmes entrepreneures. Pourquoi les femmes entrepreneures recherchent-elles ce type d'aide et de soutien ? Quelles sont les attentes spécifiques des femmes entrepreneures vis-à-vis des réseaux et programmes d'accompagnement féminins ? Et surtout, quelles influences ces aides ont-elles sur le parcours et les perspectives des entrepreneures ?

#### 1.1. Revue littéraire

Avant d'entreprendre toute démarche académique et méthodologique, il est impératif de passer par une étape préalable, à savoir la revue littéraire qui englobe un large éventail de sources variées. Parmi ces sources figurent des articles scientifiques, des études de cas, des

documents académiques, des rapports, des livres, des ouvrages, des baromètres, des articles d'actualités et des mémoires universitaires belges ou internationaux. Cette première étape, comme l'a illustré le chapitre précédent, est essentielle pour comprendre la littérature existante, appréhender les grandes théories et prendre connaissance des contextes historiques et contemporains relatifs à l'entrepreneuriat féminin.

Dans un second temps, il est important de comprendre les différents niveaux d'analyse à ce stade de la recherche. En effet, trois grands acteurs interviennent et correspondent à des niveaux différents à savoir, le niveau micro, méso et macro (Louafi, 2022, p. 193).

Les études menées au niveau micro examinent de manière individuelle les femmes entrepreneures en ce qui concerne leurs caractéristiques, leurs attitudes, les différents profils existants afin de comprendre leurs motivations entrepreneuriales ainsi que leurs comportements face aux défis rencontrés. Cette approche aide à comprendre les pensées et le contexte auquel ces entrepreneures font face et dans lequel elles évoluent.

Ensuite, au niveau méso, les analyses portent sur les organisations actives, les groupes qui rassemblent des individus et qui sont ici, mis en place dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, telles que les réseaux féminins et les structures proposant des programmes d'accompagnement pour entrepreneures. Cette étape fait le lien entre l'approche micro et macro et permet d'examiner l'implication des partis politiques, des communautés et divers groupes sociaux engagés, etc. Il est essentiel de comprendre le contexte des organisations déjà présentes et des services disponibles pour mieux appréhender la situation de la région de Bruxelles-Capitale dans le cas de ce mémoire.

Il est primordial de saisir le contexte national, qu'il soit économique, culturel, social ou institutionnel, à un niveau macro. Lors de la mise en place de dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat féminin, il est nécessaire de prendre en compte l'environnement du pays, le soutien de son économie à ce développement et la facilité de financement des initiatives.

Enfin, ce mémoire vise à confronter la théorie aux observations empiriques afin de comparer les diverses contributions et de tirer des conclusions pertinentes. Afin d'atteindre cet objectif, différentes techniques, exposées ci-dessous, ont été utilisées pour recueillir des informations et effectuer des observations sur le terrain.

## 1.2. Entretiens exploratoires

En complément, dix entretiens exploratoires de nature qualitative et semi-dirigée ont été réalisés, basés sur un guide d'entretien préparé à l'avance avec soin (cf. annexe 1 : Guide d'entretien semi-dirigé). Les questions ont été adaptées en fonction du profil de l'interviewé(e), qu'il s'agisse d'une entrepreneure, d'une future entrepreneure, membre ou non d'un réseau ou encore d'une personne représentant un programme ou un réseau féminin. De manière générale, les entretiens ont duré entre 45 et 60 min.

Premièrement, lors des six entretiens réalisés avec des *acteurs des réseaux et programmes d'accompagnement féminins*, l'approche a été orientée de la sorte : la première partie de l'entretien visait à comprendre les objectifs précis des structures d'accompagnement et leur rôle auprès des femmes entrepreneures, afin de cerner globalement ce qu'ils mettent en œuvre et les résultats concrets obtenus. Par la suite, il a été discuté des défis rencontrés par les membres et des stratégies employées pour les surmonter, ainsi que de connaître les propres défis des réseaux ou programmes d'accompagnement. Enfin, il a été examiné si ces structures bénéficient du soutien des politiques publiques et leur positionnement par rapport à ces dernières

Dans ce cadre, il a été possible de bénéficier de l'expertise de sept spécialistes du domaine au sein des réseaux professionnels féminins et programmes d'accompagnement pour femmes entrepreneures implémentés à Bruxelles. Nous pouvons citer six entretiens menés (cf. annexes 2,4, 5, 6, 7 et 11 pour les retranscriptions).

- Sophie Legrand, manager et chargée de projet du *réseau Diane* qui encourage l'initiative entrepreneuriale des femmes en soutenant activement le développement professionnel.
- Juliette Bodson, fondatrice de *la Kifpreneure Academy (Chenille Papillon)* qui offre un programme en ligne complet qui aide les entrepreneures à découvrir, comprendre et mettre en pratique les 7 piliers du business façon Kifpreneure.
- Hanna Bonnier et Audrey Kamali, coordinatrices entrepreneuriat féminin chez *hub.brussels* qui soutient activement l'entrepreneuriat féminin dans la région bruxelloise par l'intermédiaire de « *Women in Business* », le hub qui réunit plus de 45 partenaires pour favoriser la réussite entrepreneuriale dans la région de Bruxelles.
- Yasemine Tilquin, responsable Entrepreneuriat féminin chez *Crédal*, une coopérative qui construit une société inclusive et durable et où l'argent est mis au service du bien commun.
- Aurélie Mulowa, fondatrice de *Belgian Entrepreneures* qui a été créé pour soutenir les petites dirigeantes d'entreprises durant la crise du Covid-19, pour proposer une offre plus variée aux consommat. eur. rice. s belges et pour ouvrir l'horizon des possibles pour les jeunes entrepreneures noires de demain.
- Marion De Backer, membre de l'asbl *Groupe One* et coordinatrice du projet *WomenLab*, un incubateur destiné à soutenir et accompagner les femmes à chaque étape de leur parcours entrepreneurial.

Pour une vue d'ensemble plus claire, voici un tableau récapitulant les réseaux et programmes d'accompagnement interviewés.



Nom	Organisme	Description de l'organisme	Rôle
Sophie Legrand	Réseau d'affaires féminin Diane	Encourager l'initiative entrepreneuriale des femmes en soutenant activement le développement professionnel	Manager et chargée de projet
Juliette Bodson	Kifpreneure Academy	Programme en ligne complet qui aide les entrepreneures à découvrir, comprendre et mettre en pratique les 7 piliers du business façon Kifpreneure	Fondatrice et coach en stratégie d'affaires
Hanna Bonnier	hub.brussels Women in Business	Hub qui réunit plus de 45 partenaires pour favoriser la réussite entrepreneuriale dans la région de Bruxelles	Coordinatrice entrepreneuriat féminin
Audrey Kamali	Hub.brussels Women in Business	Hub qui rassemble un écosystème dynamique de plus de 45 partenaires pour guider vers le chemin de la réussite entrepreneuriale à Bruxelles	Coordinatrice entrepreneuriat féminin
Yasmine Tilquin	Crédal	Coopérative qui construit une société inclusive et durable et où l'argent est mis au service du bien commun	Responsable Entrepreneuriat féminin
Aurélié Mulowa	Belgian Entrepreneures	Plateforme de promotion de l'entrepreneuriat et de l'expertise afro belge féminine	Fondatrice
Marion De Backer	Groupe One/WomenLab	Incubateur destiné à soutenir et accompagner les femmes à chaque étape de leur parcours entrepreneurial	Coordinatrice pédagogique et responsable d'équipe

*Tableau 1 : Tableau des réseaux et programmes d'accompagnement interviewés*

Après cette première série d'entretiens, la théorie développée lors des recherches académiques a pu être comparée aux témoignages des acteurs impliqués et actifs à Bruxelles. Grâce à cette approche, les connaissances de l'environnement entrepreneurial féminin bruxellois ont été approfondies, en particulier en ce qui concerne les initiatives mises en place, ainsi que les motivations et les défis auxquels font face les entrepreneures et les structures qui les soutiennent. En outre, ces entretiens ont donné l'opportunité de comprendre la variété du paysage entrepreneurial féminin à Bruxelles et de saisir le fonctionnement de ces diverses entités. En écoutant attentivement les acteurs locaux, des renseignements précieux sur les dynamiques particulières qui caractérisent cet environnement spécifique au sein de la région ont été recueillis. Cette exploration de la réalité bruxelloise a offert de nouvelles visions et des éclairages concrets aux études académiques.

Deuxièmement, lors des entretiens réalisés avec des *entrepreneures ou en devenir*, le guide d'entretien a été adapté de la sorte : la première section du guide d'entretien explorait leur parcours professionnel avant de devenir entrepreneures ainsi que les éléments déclencheurs de leur décision d'entreprendre. L'objectif suivant était de saisir leurs motivations et les défis qu'elles ont rencontrés tant au début de leur parcours entrepreneurial qu'en cours de route, pour ensuite aborder des questions sur leur éventuelles participation à des réseaux et/ou programmes d'accompagnements féminins et examiner l'impact de ces structures sur leur parcours entrepreneurial.

Dans ce contexte, l'opportunité de mener six entretiens avec des entrepreneures ou porteuses de projets s'est présentée (cf. annexes 2,3,4,8, 9 et 10 pour les retranscriptions). Ces entretiens ont été rendus possibles grâce aux contacts établis via le WomenLab, aux connaissances personnelles et aux recherches spécifiques sur les femmes entrepreneures bruxelloises.

Les contacts du WomenLab ont permis d'identifier des candidates pertinentes et motivées. Les personnes de l'entourage ont également joué un rôle essentiel en simplifiant les introductions et en recommandant des entrepreneures potentielles. Les recherches approfondies ont aidé à sélectionner des femmes ayant participé à des programmes pertinents, pouvant fournir des informations liées aux thèmes du mémoire. Ces entretiens ont été choisis en raison de la diversité des points de vue et des expériences qu'ils offraient. Ils incluent des personnes de secteurs professionnels variés, d'âges différents, des membres et non-membres de réseaux ou de programmes d'accompagnement, ainsi que des futures entrepreneures et des entrepreneures établies. Toutes ont décidé d'entreprendre seule. Cette diversité a permis d'enrichir la compréhension globale des femmes entrepreneures à Bruxelles.

- *Marie Jemine*, membre de réseau féminin et participante de programme d'accompagnement mais surtout entrepreneure et fondatrice de L'Empoteuse, une entreprise offrant des services de conseil en matière de contenants alimentaires réutilisables ainsi qu'une gamme standardisée de tels contenants destinés aux entreprises alimentaires.
- *Juliette Bodson* (Kifpreneure Academy) et *Aurélie Mulowa* (Belgian Entrepreneures), toutes deux à la fois entrepreneures et engagées dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin. Cette approche m'a permis de les interroger à la fois sur leur expérience en tant qu'entrepreneures et sur leur projet étroitement lié aux réseaux et programmes d'accompagnement féminins.
- *Caroline Hanisz*, fondatrice de Hey Charlie, une entreprise de placement de personnel sur évènements.
- *Ece Aksakoglu* et *Carole Duvivier*, entrepreneures en devenir ou encore appelées porteuses de projets, qui participent au programme d'accompagnement "WomenLab".

Pour une vue d'ensemble plus claire, voici un tableau récapitulant les entrepreneures et porteuses de projet interviewées.

Nom	Entreprise/projet	Description de l'entreprise/projet
Marie Jemine	L'Empoteuse	Entreprise offrant des services de conseil en matière de contenants alimentaires réutilisables ainsi qu'une gamme standardisée de tels contenants destinés aux entreprises alimentaires
Juliette Bodson	Kifpreneure Academy	Programme en ligne complet qui aide les entrepreneures à découvrir, comprendre et mettre en pratique les 7 piliers du business façon Kifpreneure
Aurélie Mulowa	Belgian Entrepreneures	Plateforme de promotion de l'entrepreneuriat et de l'expertise afro belge féminine
Caroline Hanisz	Hey Charlie	Entreprise de placement de personnel sur événements
Ece Aksakoglu	Porteuse de projet & Participante au WomenLab	Café vegan
Carole Duvivier	Porteuse de projet & Participante au WomenLab	Coaching en transition intérieure et permaculture humaine

*Tableau 2 : Tableau des entrepreneures ou porteuses de projet interviewées*

Cette deuxième série d'entretiens qualitatifs a constitué une étape cruciale pour confronter la théorie à la réalité vécue par les entrepreneures bruxelloises, en ce qui concerne leurs motivations et les défis auxquels elles sont confrontées. De plus, ces interviews ont permis de collecter leurs opinions partagées sur les réseaux féminins et les programmes d'accompagnement auxquels elles appartiennent et ont pris part. Cela a été extrêmement gratifiant de pouvoir échanger en personne sur ces différents points de discussion, avec des agents directement impliqués au cœur du sujet. Effectivement, ces échanges ont fait prendre conscience que la réalité peut différer de ce qui est décrit dans la littérature académique, révélant ainsi des dimensions supplémentaires à explorer, parfois positives, parfois négatives. Cette prise de conscience a conduit à développer des pistes de réflexion et à formuler des recommandations, que vous découvrirez à la fin de ce mémoire.

Globalement, ces entretiens qualitatifs ont considérablement amélioré les réflexions et approfondi le contenu de ce mémoire. Ces échanges ont donné lieu à une exploration plus détaillée de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles, en explorant ses motivations, ses défis, ainsi que les réseaux professionnels et les programmes d'accompagnement destinés aux femmes. Grâce à ces discussions, l'analyse de différents aspects de l'entrepreneuriat féminin a été approfondie, offrant ainsi des réponses pertinentes pour les études. Les contributions et les perspectives collectées ont non seulement éclairé le travail académique, mais ont aussi enrichi la compréhension globale du sujet et orienté les réflexions tout au long du processus.

### 1.3. Observation directe de terrain

Dans le cadre du Master 2, un stage d'une durée de trois mois doit être réalisé. C'est dans ce contexte que l'opportunité de découvrir l'ASBL Groupe One s'est présentée. Groupe One œuvre pour la transition vers une économie durable et régénérative. Par une collaboration étroite entre ses différentes équipes, Groupe One a pour objectif de promouvoir une économie inclusive et respectueuse de l'environnement (Groupe One, 2023). Avec plus de 25 ans d'expérience, leurs actions se focalisent sur trois pôles distincts : « Inspirer toute personne à se mettre en action pour le changement, accompagner celles et ceux qui entreprennent pour le changement et changer en menant des projets territoriaux d'innovation sociale et environnementale » (cité par Groupe One, 2023, p. 1). Leur soutien personnalisé aux entrepreneur(e)s et aux territoires impliqués dans des initiatives ayant un impact positif favorise l'entrepreneuriat comme moteur de progrès vers une économie plus responsable (Groupe One, 2023).

C'est ainsi que, durant le stage chez Groupe One, l'occasion d'observer directement *en milieu naturel* a été rendue possible grâce au programme "WomenLab", un incubateur destiné à soutenir et accompagner les femmes à chaque étape de leur parcours entrepreneurial. L'observation était *non dissimulée et participante*. Le concept de « milieu naturel » est utilisé en recherche socio-anthropologique pour désigner l'environnement concret dans lequel les individus vivent et évoluent au quotidien (Bhandari, 2023 ; Clancey, 2006). Cette approche permet d'observer et d'analyser les comportements humains dans leur contexte habituel, ce qui permet d'obtenir une compréhension plus authentique, représentative et nuancée des pratiques et des interactions sociales (Bhandari, 2023 ; Clancey, 2006).

En effet, cela a permis d'analyser le fonctionnement du programme et de participer à diverses séances d'activités sans cacher les intentions de la présence de l'observateur aux membres ainsi qu'aux organisateurs. En prenant part à plusieurs sessions d'accompagnement, cela a facilité l'étude de la mise en œuvre du programme, l'exploration des différents thèmes abordés et surtout, l'observation des acteurs dans leur écosystème naturel. Cette immersion a offert l'opportunité de saisir leurs besoins, leurs défis et l'évolution de leur projet tout au long des séances. Il n'y a rien de plus intéressant que d'être directement impliquée dans la mise en œuvre d'un programme et d'observer les réactions spontanées des participantes. Être au cœur de l'action a donné l'occasion d'assister au déroulement authentique d'un programme type. Cette expérience a présenté une vision concrète et tangible de la situation. Enfin, dans le cadre du programme, des interactions et entretiens ont été menés avec deux des membres, comme Ece Aksakoglu et Carole Duvivier, qui sont des *porteuses de projet ou entrepreneures en devenir mais également des participantes du programme d'accompagnement "WomenLab"*. Ainsi que Marion De Backer, coordinatrice du projet WomenLab, qui a transmis des informations précieuses afin d'approfondir la compréhension de l'élaboration et du fonctionnement du programme (cf. annexe 11 : Entretien avec Marion De Backer - WomenLab).

De plus, les tâches assumées pendant le stage ont permis d'élargir considérablement le réseau de contacts et de recueillir des informations précieuses pour la collecte de données entre autres, en réalisant une étude de marché approfondie. Grâce à cette expérience, une meilleure

compréhension de l'écosystème des réseaux et des programmes d'accompagnement dédiés à l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles a été acquise.

#### 1.4. Étude quantitative

Enfin, un questionnaire en ligne a été conçu (cf. annexe 12 : Questionnaire – étude quantitative) dans le but d'examiner les différences entre les hommes et les femmes entrepreneur(e)s bruxellois(es) en termes de profils, de motivations, et de défis rencontrés, ainsi que leur participation aux réseaux et programmes d'accompagnement. En particulier l'objectif est de mettre en lumière les spécialités de chaque groupe afin de mieux comprendre les dynamiques et les besoins distincts des entrepreneur(e)s selon leur genre. Dans un second temps, le but est de se concentrer plus précisément sur les répondantes femmes afin de vérifier si les concepts théoriques sur les motivations et obstacles des entrepreneures sont en adéquations avec les expériences réelles de celles-ci (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative).

Par conséquent, le questionnaire est réalisé à l'intention des entrepreneurs et entrepreneures bruxellois(es), avec une approche spécifique et réfléchie. Plutôt que de limiter l'enquête à l'entrepreneuriat féminin, il a été choisi de s'adresser à un échantillon plus large d'entrepreneurs, hommes et femmes confondus, afin de garantir la représentativité et d'éviter tout biais potentiel dans les réponses. Ce choix délibéré vise à obtenir une vision complète et nuancée de l'entrepreneuriat dans son ensemble.

Le questionnaire est divisé en trois parties distinctes, organisées de manière progressive, chacune ayant ses propres objectifs et questions spécifiques. La première partie consiste à poser des questions générales afin de déterminer le profil des participant(e)s. Ces informations comprennent des informations démographiques telles que l'âge, le genre, le lieu de résidence, le statut familial, ainsi que des données sur leur statut d'indépendant(e) et le domaine d'affaires. Il y a aussi des interrogations concernant les motivations et les obstacles auxquels font face les entrepreneurs(e)s.

La deuxième partie se concentre sur les réseaux professionnels. L'intention est de déterminer si les répondant(e)s appartiennent à un réseau ou non, mixte ou genré ainsi que la fréquence de leurs interactions avec les autres membres, leurs attentes à l'égard du réseau et les bénéfices qu'ils en retirent. Cette section vise à évaluer l'importance des réseaux professionnels dans le développement des entrepreneur(e)s et de saisir leur impact sur leur trajectoire entrepreneuriale.

Finalement, la troisième partie aborde les programmes d'accompagnement. On interroge les participant(e)s sur leur implication dans ces programmes, le type de programme suivi, les avantages perçus, leurs attentes et l'influence de ces programmes sur leur carrière. Cette section examine l'importance des programmes d'accompagnement pour soutenir et encourager les entrepreneur(e)s, ainsi que leur efficacité perçue pour relever les défis auxquels ils font face.

L'objectif de ce questionnaire quantitatif est de rassembler des données variées et approfondies pour enrichir l'analyse des motivations, des défis, ainsi que des réseaux et des programmes

d'accompagnement dans le domaine de l'entrepreneuriat bruxellois et dans un second temps dans l'entrepreneuriat féminin. Son but ultime est de confronter les réponses empiriques obtenues avec la théorie existante, afin de confirmer ou d'infirmer les similarités et les disparités entre les entrepreneurs masculins et féminins à Bruxelles.

## **CHAPITRE 3 : Analyse des résultats - Environnement entrepreneurial féminin bruxellois**

Cette section explore les résultats obtenus à partir des entretiens menés avec diverses entrepreneures et différents réseaux et programmes d'accompagnement à Bruxelles ainsi que des réponses provenant du questionnaire mis en place.

Dans cette partie, les aspects révélateurs et pertinents du questionnaire et des entretiens réalisés sont mis en avant. Les objectifs sont triples, à savoir l'étude (1) des différentes perspectives des entrepreneures sur leurs motivations, (2) des difficultés rencontrées et (3) de la place occupée par les réseaux et les programmes dans leur parcours entrepreneurial. Le but est de confronter la théorie à la réalité bruxelloise pour ensuite dégager des pistes de réflexion et des recommandations.

Pour commencer, l'analyse des résultats est organisée en deux parties distinctes. La première partie porte sur le cadre institutionnel et réglementaire, en mettant l'accent sur l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat, hub.brussels, ainsi que sur d'autres initiatives gouvernementales et structures établies dans la région. L'objectif est de comprendre l'écosystème de ces structures et d'identifier les différences éventuelles.

La deuxième partie porte sur la définition du profil type des entrepreneures bruxelloises (âge, niveau d'études, statut familial, secteur d'activité, lieu de résidence, revenus). Il est ensuite discuté de leurs motivations pour lancer une entreprise, des difficultés auxquelles elles font face, ainsi que leur positionnement vis-à-vis des réseaux et des programmes d'accompagnement des femmes. Nous apprenons également leurs expériences vécues à travers leurs témoignages. Les participantes ont donc été travaillées sur ces sujets pour finalement exposer les résultats concernant la représentation du genre dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Finalement, ce troisième chapitre se conclut en exposant deux exemples concrets de succès de deux entrepreneures, Caroline Hanisz, fondatrice de Hey Charlie et Marie Jemine, fondatrice de l'Empoteuse, ainsi que celui du programme d'accompagnement, WomenLab, pour mieux comprendre l'élaboration et la conception de ce type d'initiative.

Il est nécessaire de préciser que les citations tirées des réponses au questionnaire sont présentées de manière anonyme car les réponses ont été recueillies anonymement. En revanche, celles provenant des interviews sont généralement divulguées.

### **1. Partie 1 : Cadre institutionnel et réglementaire**

La première partie se concentre sur le cadre institutionnel et réglementaire de Bruxelles, en mettant l'accent sur l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat, hub.brussels, ainsi que sur d'autres initiatives gouvernementales et structures établies dans la région. L'objectif est de comprendre l'écosystème de ces structures et d'identifier les différences éventuelles. Dans ce contexte, les entretiens avec des expertes de divers réseaux et/ou programmes

d'accompagnement comme Bonnier, H. et Kamali, A. de [hub.brussels](#), Bodson, J. de la Kifpreneure Academy, Mulowa, A. de BELGIAN Entrepreneurs, De Backer, M. du WomenLab, Tilquin, Y. de chez Crédal et Legrand, S. du réseau Diane ont apporté une compréhension enrichie du sujet.

Bien que cette partie fournisse un cadre contextuel, il a semblé judicieux de la placer ici car toutes les informations sont tirées des entretiens qualitatifs réalisés. Le but est d'introduire le contexte en utilisant les éléments précieux récoltés lors des entrevues avec les expertes, afin de présenter ensuite les contributions issues de notre étude. Il est important de remettre en contexte et de se replonger dans la situation bruxelloise des structures d'accompagnement en y apportant une attention plus particulière.

La promotion ou la limitation de l'activité entrepreneuriale en général est influencée par le cadre institutionnel et réglementaire. Les hommes et les femmes entrepreneur(e)s à Bruxelles doivent respecter différentes lois et réglementations pour créer et développer leurs entreprises. Cela comprend des aspects comme la création d'une entreprise, les formalités administratives, la fiscalité et les règles du marché du travail.

L'entrepreneuriat féminin, en tant que sous-domaine spécifique de l'entrepreneuriat, fait face à un ensemble de conditions qui lui sont propres. Des politiques ciblées ont été mises en place afin de favoriser l'émergence des femmes entrepreneures bruxelloises. Bien que la Région de Bruxelles-Capitale ait pris des mesures législatives visant à encourager l'entrepreneuriat féminin, des difficultés demeurent ([hub.brussels](#), 2023). Les stéréotypes de genre et les difficultés inhérentes au rôle d'entrepreneures bruxelloises sont parmi ceux-ci (cf. annexe 12 : : Questionnaire – étude quantitative). Cependant, la Région de Bruxelles-Capitale fait preuve d'une volonté de promouvoir l'entrepreneuriat féminin en mettant en œuvre des actions pour encourager et soutenir les femmes dans le monde du travail (RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE, 2024).

A Bruxelles, les secrétaires d'État à la transition économique et à l'égalité des chances appuient l'entrepreneuriat féminin, notamment par le biais de subventions (Bonnier & Kamali, 2024). En effet, l'entrepreneuriat féminin est une des priorités pour la transition économique et sociale à Bruxelles, également connue sous le nom de « *shifting economy*<sup>8</sup> » ([shiftingeconomy.brussels](#), 2023). Tout un volet dédié à l'entrepreneuriat féminin a été créé afin de mettre en place diverses actions telles que : « Adopter et mettre en œuvre un plan d'action soutenant et promouvant l'entrepreneuriat féminin, Lancer un appel à projets destiné à soutenir l'entrepreneuriat féminin, renforcer le monitoring genré des activités de [hub.brussels](#), renforcer le monitoring genré de l'octroi des subsides aux entrepreneurs et entrepreneuses par Bruxelles Économie et emploi et développer des actions ciblées en fonction du résultat des analyses de genre, récolter des données genrées sur les demandes de financement introduites auprès de [finance&invest.brussels](#), le traitement de ces demandes et la typologie des entreprises

---

<sup>8</sup> Shifting economy : « La Transition économique peut se définir comme « la transformation progressive des activités économiques bruxelloises dans la perspective de contribuer aux défis sociaux et environnementaux locaux et globaux ainsi qu'à la création et au maintien d'emploi de qualité pour les Bruxellois. Pour permettre cette transformation, les soutiens économiques seront réorientés afin que l'activité économique soit réancrée territorialement et ait une finalité sociétale. » ([shiftingeconomy.brussels](#), 2022, p. 8)



soutenues, sensibiliser les entreprises soutenues par [finance&invest.brussels](https://finance&invest.brussels) à l'équilibre femmes-hommes au sein de leurs conseils de direction et/ou d'administration » (Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale, 2022, p. 91-102).

De plus, « selon la Secrétaire d'Etat chargée de la Transition économique Barbara Trachte, c'est un vecteur d'émancipation et d'autonomie financière, notamment pour les femmes » ([shiftingeconomy.brussels](https://shiftingeconomy.brussels), 2023, p. 1). La Secrétaire d'État à l'Égalité des chances, Nawal Ben Hamou, met également en avant l'importance du soutien et de l'accompagnement pour aider les femmes, issues de divers horizons, à concrétiser leurs ambitions professionnelles et à assurer leur autonomie financière (RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE, 2024).

Des institutions locales et gouvernementales soutiennent activement ces initiatives, mettant en évidence les efforts de la région bruxelloise pour apporter différents fonds et subventions. Ces initiatives incitent les femmes à entreprendre, ce qui contribue à diminuer les obstacles financiers qui pourraient les freiner (Bonnier & Kamali, 2024). Bruxelles, en tant que point central pour les femmes entrepreneures, s'engage à créer un cadre inclusif et favorable au développement d'entreprises dirigées par des femmes.

### 1.1. Hub.brussels : l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat

À Bruxelles, différents cadres institutionnels favorisent l'entrepreneuriat féminin. Parmi eux, on peut mentionner la principale initiative gouvernementale à la promotion de l'entrepreneuriat féminin : **hub.brussels, l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat** ([hub.brussels](https://hub.brussels), 2023) avec laquelle l'occasion de réaliser un entretien s'est présentée (cf. annexe 7 : Entretien avec Hanna Bonnier et Audrey Kamali – [hub.brussels](https://hub.brussels)).

Hub.brussels occupe une position centrale dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin, comme l'a souligné l'entretien avec deux représentantes du pôle sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin (cf. annexe 7 : Entretien avec Hanna Bonnier et Audrey Kamali – [hub.brussels](https://hub.brussels)). En effet, « [hub.brussels](https://hub.brussels) est l'Agence bruxelloise pour l'Accompagnement de l'Entreprise » ([hub.brussels](https://hub.brussels), 2023, p. 24) qui fédère les administrations publiques, les organismes de financement et d'accompagnement, les réseaux professionnels ainsi que les décideurs politiques autour d'un objectif commun : offrir une assistance et un soutien aux entrepreneures bruxelloises ([hub.brussels](https://hub.brussels), 2023). Dans le cadre de son engagement à rendre l'entrepreneuriat plus accessible à tous et toutes à Bruxelles, [hub.brussels](https://hub.brussels) a développé une série de hubs thématiques dont le *Women in Business* qui a comme objectif de promouvoir l'entrepreneuriat féminin et d'encourager une plus grande inclusivité dans le monde des affaires ([hub.brussels](https://hub.brussels), 2023). Ces hubs rassemblent au sein d'un écosystème en mouvement, tous déterminés à accompagner les entrepreneures à Bruxelles ([hub.brussels](https://hub.brussels), 2023).

Le [hub.brussels](https://hub.brussels) est organisé en trois pôles distincts chacun d'eux ayant un focus sur l'entrepreneuriat féminin (Bonnier & Kamali, 2024) :

- Le pôle accompagnement : au sein du hub, les entrepreneur(e) bénéficient de divers soutiens spécialisés, notamment dans la création de leur projet, l'accompagnement de

leur activité, l'obtention de permis d'urbanisme, la recherche de financement, le désir d'être membre d'un réseau, etc (Bonnier & Kamali, 2024).

- Le pôle information : précédemment appelé 1819 et maintenant renommé hub.info : l'objectif de ce service est de guider et de renseigner les entrepreneur(e)s. Il met à disposition un numéro de téléphone gratuit, des services de support et un site web rempli d'informations précieuses pour les entrepreneur(e)s (Bonnier & Kamali, 2024).
- Le pôle sensibilisation : sensibiliser à l'entrepreneuriat, en particulier en ce qui concerne l'inclusion. Ils s'adressent à des publics considérés comme minoritaires dans l'entrepreneuriat, tels que les chercheurs d'emploi, les jeunes et les femmes entrepreneures. Ils soutiennent également les initiatives visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles, sans fournir un accompagnement spécifique aux femmes entrepreneures, car cela relève du pôle d'accompagnement. À titre d'exemple, ce département a également pour mission de rendre lisible l'ensemble de ce contexte en élaborant un baromètre bisannuel ou encore, met en place des événements tels que des ateliers, des conférences, du réseautage, etc (Bonnier & Kamali, 2024).

## 1.2. Dispositifs de financement spécifiques aux femmes entrepreneures bruxelloises

L'obtention de financement représente l'un des défis majeurs pour les entrepreneures à Bruxelles. C'est pourquoi, des initiatives ont été créées pour favoriser l'accès au financement (cf. annexes 6 & 7).

### 1.2.1. *Financement pour les programmes entrepreneuriaux féminins*

D'une part, dans le cadre de la plateforme Women in Business », la région de Bruxelles-Capitale lance des appels à projets cherchant à soutenir l'entrepreneuriat féminin (Bonnier & Kamali, 2024). En 2023, un budget de 500 000 euros a été mis à disposition à cet effet par les deux ministères concernés (Bonnier & Kamali, 2024). Ce financement est destiné à soutenir financièrement, sur une période de 18 mois et selon des critères spécifiques, « tout acteur économique (en ce compris SRL, ASBL, indépendants, etc.), ou partenariat d'acteurs économiques basé en Région de Bruxelles-Capitale, qui développe des activités de soutien à l'entrepreneuriat des femmes » (SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES, 2023, p. 1). Cette initiative a conduit à la création de structures telles que Nazali ; NN ; Womanity Accelerator ; efp ; Funds For Her, Jump ; Réseau Diane, Re-creation ; Ôpossibles ; Womenpreneur ; Ideji ; Growfunding ; le Guichet ; Entreprendre XXL ; qui offrent une gamme variée de programmes qui répondent aux besoins spécifiques des entrepreneures bruxelloises (hub.brussels, 2024). Ces programmes couvrent des domaines tels que le bien-être, la santé mentale, le réseautage, les événements, les formations, le financement, l'accompagnement entrepreneurial, les conseils, le coaching, le mentorat, etc (hub.brussels, 2024). Certains programmes ciblent parfois des sous-catégories d'entrepreneures, comme les entrepreneures bruxelloises et mères de famille, celles porteuses de projets liés à l'économie circulaire ou à la technologie, afin de

répondre à des besoins très précis et permettre à chaque entrepreneure de s'identifier davantage (hub.brussels, 2024).

Bruxelles Économie et Emploi renforce l'initiative Women in Business en lançant un appel à projet depuis 2022, destiné également aux acteurs et actrices bruxellois(es) qui soutiennent et accompagnent les femmes entrepreneures (hub.brussels, 2024 ; SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES, 2023).

### 1.2.2. *Financements pour les entrepreneures*

D'une autre part, différentes institutions et organisations proposent des programmes de financement spécialement conçus pour les porteuses de projet ou entrepreneures afin de les soutenir financièrement. Nous pouvons citer (hub.brussels, 2024) :

- *Growfunding*, une plateforme bruxelloise de financement participatif pour projets citoyens ;
- *Start it @KBC – The Thrive Project*, un programme d'accélération pour startups favorisant diversité et inclusion ;
- *Crédal*, coopérative de finance éthique ;
- *Gender it*, des initiatives pour promouvoir l'égalité des genres dans la technologie et l'innovation ;
- *The Future of Tech is Female*, un programme de soutien aux femmes dans les secteurs technologiques ;
- *#SheDIDIT*, une campagne inspirant les femmes à entreprendre et innover.

Cependant, il existe également de nombreuses structures bruxelloises, offrant des aides financières destinées à tout entrepreneur(e) bruxellois(e). Certaines structures accordent plus d'importance que d'autres à ce que leur financement soit plus éthique tel que Crédal par exemple (Tilquin, 2024). Nous pouvons citer :

- Finance&invest, « une société anonyme d'intérêt public qui facilite et complète la chaîne de financement des entreprises créatrices de valeur en Région bruxelloise » (finance&invest.brussels, s.d., p. 1) ;
- Actiris qui lance des appels à projets pour des initiatives qui visent de l'insertion socioprofessionnelle ;
- Becircular, un appel à projet lancé par le Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale à développer des projets liés à l'économie circulaire ;
- Village finance qui offre des financements et un accompagnement pour soutenir les projets d'entrepreneur(e)s bruxellois(e)s ;
- Bruxelles Economie Emploi, l'institution publique bruxelloise fournissant des aides et des conseils pour stimuler l'économie et l'emploi ;
- La Fondation Roi Baudoin qui soutient des initiatives sociales et culturelles pour améliorer la qualité de vie ;
- etc.

### 1.3. Réseaux professionnels et programmes d'accompagnement féminins

Après avoir effectué de nombreuses recherches, tant sur le plan académique que pratique, il a été constaté que Bruxelles offre un cadre intéressant et diversifié de réseaux et de programmes d'accompagnement destinés aux femmes. Cependant, il a semblé essentiel d'adopter une approche plus globale en étudiant différents réseaux et programmes lors des interviews et des recherches académiques, afin de saisir leurs disparités au sein du large éventail proposé sur le marché.

Comme expliqué ci-dessus dans la méthodologie, l'occasion d'échanger avec plusieurs organisations œuvrant dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles s'est présentée. Parmi elles, figuraient :

- *Crédal*, une coopérative de finance éthique ;
- *BELGIAN Entrepreneures*, un catalyseur d'opportunités pour les entrepreneures belges et d'origine africaine ;
- *Le Réseau Diane*, une communauté d'affaires féminine dédiée à l'accompagnement et au soutien des femmes dans leurs projets entrepreneuriaux ;
- *La Kifpreneure Academy* (Chenille Papillon), qui propose un programme en ligne complet visant à fournir aux entrepreneures tous les outils nécessaires pour comprendre et appliquer les 7 piliers du business façon Kifpreneure ;
- *Hub.brussels*, l'Agence bruxelloise pour l'Entrepreneuriat, qui soutient activement l'entrepreneuriat féminin dans la région bruxelloise grâce à son initiative « Women in Business » ;
- *Le Womenlab*, un Incubateur destiné à soutenir et accompagner les femmes à chaque étape de leur parcours entrepreneurial.

De manière générale, Bruxelles se démarque par sa grande offre de structures. L'entrepreneuriat féminin est encouragé dans cette ville dynamique grâce à une multitude d'initiatives qui cherchent à surmonter les difficultés et à promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans la région.

Afin d'avoir une vision plus large de l'écosystème des réseaux et programmes d'accompagnement féminins à Bruxelles, un tableau reprenant une partie des acteurs dans le domaine a été réalisé (cf. annexe 14 : Liste des acteurs bruxellois (réseaux et programmes)).

#### 1.3.1. Interactions entre les réseaux professionnels et les programmes d'accompagnement entrepreneurial

Il a semblé que la distinction entre les réseaux professionnels et les programmes d'accompagnement entrepreneurial peut être parfois confuse et qu'il pouvait être important d'investiguer la différence où plutôt de saisir l'interaction entre les deux concepts. Les réseaux peuvent fréquemment être accompagnés par des services, et à l'inverse, les programmes d'accompagnement peuvent être des occasions de réseautage. En général, ces éléments sont associés : les incubateurs, par exemple, offrent aux participantes un large réseau grâce à des

programmes d'accompagnement collectif, des mentorats, des espaces de coworking ou des événements spécifiques (Amigot-Leache et al., 2023).

Cette question a été abordée lors de l'entretien avec hub.brussels, ce qui a permis de réaliser que le réseau et le programme d'accompagnement ne doivent pas être considérés comme deux concepts distincts, car il n'y a pas réellement de définition universelle (Bonnier & Kamali, 2024). D'après les représentantes interrogées de hub.brussels, chaque programme est en fait défini par la vision de son initiateur ou initiatrice et de ce que celui-ci souhaite mettre en place, ce qui entraîne des situations atypiques comme celle de réseau de femmes sans programme d'accompagnement, ou d'autres réseaux proposant un programme d'accompagnement complet (Bonnier & Kamali, 2024). Il existe même des programmes qui associent l'accompagnement à des événements de réseautage, ce qui constitue une approche hybride (Bonnier & Kamali, 2024). Il n'existe aucune définition précise car il s'agit d'initiatives privées et chaque individu agit selon ses propres convictions (Bonnier & Kamali, 2024). Malgré l'existence de tendances générales, il n'existe pas de cadre rigide.

Ce qui est intéressant à comprendre, c'est que l'interaction que l'on retrouve entre les deux concepts sont en réalité caractéristiques de la perception des réseaux et des programmes d'accompagnement spécifiquement à Bruxelles (Bonnier & Kamali, 2024). Selon une autre région, la vision donnée aux réseaux et aux programmes d'accompagnement peut être totalement différente et être beaucoup plus structurée et cadrée de manière qu'un réseau ne soit pas nécessairement toujours associé à un programme d'accompagnement et inversement (Bonnier & Kamali, 2024).

C'est la raison pour laquelle hub.brussels lance une initiative d'appel à projets visant à financer de nouveaux programmes et/ou réseaux qui répondent à des problématiques qui ne sont peut-être pas encore assez répondues aujourd'hui sans imposer une distinction entre les deux approches (Bonnier & Kamali, 2024). Par exemple, des initiatives proposées souhaitent également soutenir une autre réalité de l'entrepreneuriat féminin : celle des femmes provenant de milieux plus défavorisés et confrontées à d'autres défis supplémentaires (Bonnier & Kamali, 2024).

### *1.3.2. Types de réseaux professionnels féminins bruxellois*

Les recherches révèlent que le réseautage entre femmes entrepreneures peut être organisé de différentes manières, allant de réseaux plus petits et informels à des structures plus grandes et institutionnalisées (Boni-Le Goff, 2010). Il est intéressant de comprendre et de visualiser comment le concept de réseau d'affaires féminin peut se manifester de diverses façons sur le sol bruxellois. Le résultat des divers entretiens et des analyses a permis de synthétiser l'écosystème des réseaux d'affaires féminins bruxellois à travers les différentes approches.

Types de réseau	Description	Exemples
Réseaux féminins officiels	Structures ou organisations créées avec des programmes additionnels comme le mentorat, ateliers de formation, des séances de coaching, etc.	Réseau Diane, BELGIAN Entrepreneoires, les initiatives de hub.brussels telles que Women in Business, Womenpreneur, WOMADE, Hors Norme, etc.
Réseaux axés sur l'organisations d'évènements ou autres initiatives	Structures ou organisations d'évènements pour réunir les femmes entrepreneures en personne et favoriser la visibilité de leurs projets.	BELGIAN Entrepreneoires, Réseau Diane, etc.
Réseaux « informels »	Plateformes en ligne moins structurées pour partager des idées, des conseils, des opportunités, etc.	BELGIAN Entrepreneoires, Women in Business by hub.brussels, The Businest by Wellnest, etc.

Tableau 3 : Types de réseaux féminins bruxellois identifiés et analysés

Tout d'abord, il existe des *réseaux féminins officiels* sous la forme de structure ou d'organisation créée. Il est courant de créer ces réseaux en utilisant une infrastructure précise qui comprend des programmes additionnels tels que du mentorat, des ateliers de formation et des séances de coaching, etc. Leur objectif est d'apporter un soutien aux femmes dans leur épanouissement professionnel et parfois aussi personnel grâce à des échanges et des relations organisés. Parmi les exemples de ces réseaux, on peut citer des associations professionnelles spécialisées dans certaines caractéristiques, comme un secteur spécifique, une culture, un âge, etc. En général, ce genre de réseau a un but qui va au-delà du réseautage, car le service d'offrir un réseau est souvent accompagné d'autres services qui renforcent le parcours entrepreneurial. Nous incluons dans cette catégorie le Réseau Diane, Belgian Entrepreneoires ou le réseau Women in Business et ses partenaires centrés sur le réseautage des femmes entrepreneures comme Womenpreneur, WOMADE, Hors Norme, ... (Mulowa, 2024 ; Bonnier & Kamali, 2024 ; Legrand, 2024). Par exemple, Belgian Entrepreneoires ou le WomenLab proposent à la fois un vaste réseau et des programmes d'accompagnement, ainsi que différentes activités (Mulowa, 2024). Quant au réseau Diane, il met en place différents événements, comme des afterworks pour favoriser la rencontre et des ateliers de formation (Legrand, 2024). C'est un espace où les femmes entrepreneures peuvent alléger les fardeaux liés à leur double statut, trouver un environnement sécurisant, être elles-mêmes, rencontrer d'autres personnes, et échanger sur leurs défis et leurs succès (Legrand, 2024). Le réseau Diane offre précisément cela : un espace consacré au partage d'expériences, à l'entraide et à l'épanouissement collectif (Legrand, 2024).

Ensuite, la notion de réseau féminin se manifeste également sous la forme de *réseaux axés sur l'organisation d'événements et d'autres initiatives* visant à réunir les femmes entrepreneures en personne. Cette forme de réseau est souvent liée et imbriquée dans la première forme de réseau

présenté ci-dessus. Il s'agit de favoriser des liens positifs et de faciliter la visibilité de leurs projets actuels ou futurs, ce qui élargit leur réseau de contacts professionnels (Mulowa, 2024). Ces réseaux ont pour objectif de mettre en place régulièrement des événements tels que des conférences, des ateliers ou encore des sessions de discussions (Mulowa, 2024). Leur but est de créer des opportunités pour les femmes de se rencontrer, de partager leurs expériences et de nouer des liens professionnels dans un cadre organisé (Legrand, 2024). Il est également possible d'inclure dans ces rencontres des salons professionnels et des expositions qui mettent en avant les entreprises dirigées par des femmes (Mulowa, 2024). Le cas de BELGIAN Entrepreneures paraît être une excellente illustration de ce genre de réseau. Il propose une gamme d'activités diverses, allant de la promotion et de la vente directe (des événements, des ateliers, des partages sur les réseaux sociaux, des newsletters, des marchés, des workshops et même des brunchs), qui mettent en avant les femmes du réseau (Mulowa, 2024). De plus, le réseau Diane met également en place différents événements, comme des afterworks pour favoriser la rencontre et des ateliers de formation (Legrand, 2024).

Finalement, il existe également de nombreux *réseaux dits plutôt « informels »* créés, par exemple, via des plateformes en ligne. Ces réseaux sont généralement moins structurés et se développent à travers des communautés en ligne ou des plateformes spécialisées dans l'entrepreneuriat féminin. Ils offrent aux membres la possibilité de partager des idées, de discuter d'opportunités et de bénéficier d'un soutien mutuel de manière souple et facile à rejoindre. Ces plateformes peuvent être des forums, des groupes sur les réseaux sociaux ou des applications développées pour simplifier les échanges, la mise en relation et le networking à distance. Parmi ces réseaux, nous pouvons citer tous les réseaux trouvés sur Facebook tels que : Boost'EntrepreneurEs, Women in Business by hub.brussels, The Businest by Wellnest : bons plans, entrepreneuriat, jobs, etc ou encore les réseaux qui se forment indirectement au sein des programmes d'accompagnements. Effectivement, le programme en lui-même propose des opportunités de réseautage en établissant des liens et des rencontres entre les participantes.

Il est important de souligner un élément essentiel, notamment à l'ère numérique actuelle où les réseaux professionnels occupent une place prépondérante, surtout dans le domaine du partage de savoir (Ankel & Lin, 2018). Comme mentionné précédemment, l'apprentissage est perçu non seulement comme un processus personnel, mais aussi comme un phénomène influencé par les interactions sociales ainsi que par la technologie qui est devenue un élément indispensable dans nos vies et dans notre environnement professionnel (Ankel & Lin, 2018). La particularité de notre époque en matière de réseautage réside également dans la taille des communautés d'apprentissage et l'implication des individus dans ces groupes (Araki et al, 2024). Ces plateformes offrent aux utilisateurs la possibilité de travailler ensemble, de partager et d'innover, dépassant les limites géographiques et temporelles (Araki et al, 2024). Cette interconnectivité mondiale a profondément modifié les méthodes traditionnelles d'apprentissage, mettant en évidence l'importance grandissante des réseaux dans notre société interconnectée.

Nous pouvons photographier le monde des réseaux d'affaires bruxelloises de manière à comprendre que chaque type de réseau présente des bénéfices particuliers et répond à des exigences variées au sein de la communauté des femmes entrepreneures bruxelloises. Les

réseaux officiels avec des programmes de mentorat sont particulièrement avantageux pour ceux qui souhaitent un soutien professionnel approfondi et structuré, tandis que les réseaux en ligne offrent une grande souplesse et une capacité de partages et d'échanges très rapide. Les réseaux axés sur les événements favorisent le renforcement des liens personnels et la création d'opportunités d'affaires concrètes dans un cadre captivant et motivant.

### 1.3.3. Type de programmes d'accompagnements féminin bruxellois

Comme mentionné précédemment, il existe plusieurs types de programmes d'accompagnement entrepreneurial féminin destinés à soutenir les femmes dans la création, le développement et la croissance de leurs entreprises mais surtout de les aider à répondre aux défis auxquels les entrepreneures font face (Legrand, 2024). Il est important de rappeler qu'un programme d'accompagnement entrepreneurial peut être sollicité à n'importe quelle phase du parcours de l'entrepreneure. Chacun d'eux apporte une spécificité supplémentaire, ayant un public cible qui varie et inclut souvent plusieurs sous-programmes afin de satisfaire différents besoins. Voici les différents types d'accompagnement identifiés et analysés sur le sol bruxellois (cf. annexe 14 : Liste des acteurs bruxellois (réseaux et programmes)).

- Programmes de formation et renforcement des compétences ;
- Programmes de mentorat et de coaching ;
- Programmes de financement et d'investissement ;
- Programmes offrant des espaces de travail collaboratifs.

Types de programme	Description	Exemples
Programmes de formation et renforcement des compétences	Offrent des formations et ateliers couvrant des domaines essentiels à l'entrepreneuriat comme la gestion d'entreprise, le marketing, la vente, les finances, etc. Visent aussi à renforcer la confiance et l'estime de soi.	WomenLab, Kifpreneure Academy, Réseau Diane, Crédal, Gender it (hub.brussels), BELGIAN Entrepreneures, etc.
Programmes de mentorat et de coaching	Mentorat : soutien personnalisé offert par des mentors expérimentés pour améliorer les compétences entrepreneuriales.  Coaching : soutien individualisé ou groupé fourni par un coach pour développer les compétences entrepreneuriales.	BELGIAN Entrepreneures, WomenLab, etc.
Programmes de financement et d'investissement	Offrent des ressources financières comme des subventions, prêts à	Crédal, #SheFUND, etc.



	taux avantageux pour aider à surmonter les obstacles financiers.	
Programmes offrant des espaces de travail collaboratifs	Proposent des lieux de travail partagés équipés et des services d'accompagnement, favorisant l'innovation et la collaboration.	WomenLab, WOMADE, etc.

Tableau 4 : Types d'accompagnement bruxellois identifiés et analysés

#### 1.3.3.1. Programmes de formation et renforcement des compétences

La formation se définit comme étant : « l'action d'un formateur s'exerçant sur une ou plusieurs personnes en vue de les adapter techniquement, physiquement et psychologiquement à leurs futures fonctions » (Demos, 2023, p.1).

D'après les entretiens menés avec les expertes, ces programmes offrent des formations et ateliers qui couvrent des domaines essentiels à l'entrepreneuriat tels que la gestion d'entreprise, le marketing, la vente, les finances, etc. Il y a également des initiatives visant à renforcer la confiance et l'estime de soi. Souvent, ces formations mettent l'accent sur l'épanouissement personnel, ce qui favorise une progression professionnelle efficace. Cependant, chaque programme, qu'il soit en ligne ou en présentiel, propose des approches variées en termes de contenu, de durée, de support, etc. L'objectif est de favoriser le développement de nouvelles compétences entrepreneuriales chez les femmes entrepreneures ou en devenir, ou de les renforcer davantage afin de leur offrir les outils nécessaires pour réussir dans le monde entrepreneurial. Examinons de manière plus approfondie les diverses approches identifiées dans les résultats.

Premièrement, prenons l'exemple du *WomenLab* qui propose un programme structuré autour des étapes clés comme l'entrepreneuriat féminin et ses challenges, le développement personnel et la transition intérieure, le Business Model, la préparation du projet entrepreneurial (étude de marché, prototypage, etc.), le financement de l'activité, la communication, etc (De Backer, 2024). Ce programme se déroule sur 10 semaines, à raison d'une journée par semaine. Une particularité du WomenLab est sa sensibilisation aux enjeux environnementaux, avec des sessions dédiées à l'entrepreneuriat durable abordant l'économie circulaire, à la décroissance, etc (De Backer, 2024).

Deuxièmement, le programme proposé par la *Kifpreneure Academy* est quant à lui, un programme en ligne structuré autour de 8 modules thématiques, couvrant la motivation, la connexion, l'intuition, la communication, la tribulation, le leadership, l'infusion et l'action (Bodson, 2024). Ce programme offre tout ce qu'il faut pour explorer, comprendre et mettre en pratique les 7 piliers du business de manière Kifpreneure (Bodson, 2024).

De plus, des ateliers formatifs sont aussi organisés par *le réseau Diane*, qui propose des workshops sur des thèmes tels que la création d'un site web stratégique, la maîtrise de l'art du pitch, l'amélioration de la visibilité sur Instagram et la création de contenu vidéo avec un smartphone, entre autres (Legrand, 2024).

*Crédal* a également développé le programme de formation *Gender it* pour les femmes entrepreneures qui désirent discuter avec d'autres entrepreneures de leurs ambitions, de leurs préoccupations et de leurs réseaux, dans le but de se soutenir mutuellement (Tilquin, 2024). *Gender it* accompagne tout au long du cheminement entrepreneurial de l'entrepreneure depuis la découverte du monde de l'entrepreneuriat jusqu'à la création et à la consolidation de son entreprise (Tilquin, 2024).

Enfin, *BELGIAN Entrepreneures* propose des formations sous forme de Boot'camp avec une retraite entrepreneuriale d'une semaine (Mulowa, 2024). Ce programme combine des ateliers pour se reconnecter au corps, stimuler sa créativité et dynamiser son business (Mulowa, 2024). Une spécificité de *BELGIAN Entrepreneures* réside dans son focus pour les questions de genre et celles qui concernent les femmes d'origine afro descendante (Mulowa, 2024). Ils offrent également un programme Boost'class de trois mois, avec 22 sessions digitales, couvrant le leadership, l'administration, la communication et la communication digitale, la vente, les finances ainsi que les aspects juridiques, à raison d'une à deux sessions par semaine (Mulowa, 2024).

Ces exemples illustrent la variété des approches adoptées dans les programmes de formation entrepreneuriale destinés aux femmes, chacune offrant des contributions et valeur ajoutée pour favoriser au mieux le succès des femmes entrepreneures.

#### 1.3.3.2. Programmes de mentorat et de coaching

« Le mentorat entrepreneurial concerne l'établissement d'une relation de soutien envers un jeune entrepreneur (le protégé), grâce au support d'un entrepreneur d'expérience (le mentor), lui permettant d'améliorer ses habiletés de gestion (Couteret, St-Jean & Audet, 2006, p. 2) ». Alors que le coaching est défini comme « un soutien individualisé ou groupé fourni par un coach aux entrepreneurs en phase de démarrage, visant à acquérir et développer les compétences et connaissances nécessaires pour s'établir en tant qu'entrepreneurs indépendants » (Kotte et al., 2021, p. 520).

Les femmes entrepreneures bénéficient de ces programmes qui leur permettent de faire la connaissance de mentors expérimentés ou de coaches qui jouent un rôle essentiel dans leur soutien, leur conseil et leur orientation tout au long de leur cheminement professionnel.

D'une part, les mentors échangent leurs compétences et leurs connaissances, ce qui permet aux entrepreneures de faire face aux défis et aux opportunités du monde des affaires (St-Jean, 2010). En outre, les mentors féminins sont des exemples inspirants, proposant aux participantes des exemples concrets de réussite auxquels elles peuvent s'identifier (St-Jean, 2010). Le mentorat peut prendre diverses formes, telles que des séances individuelles et des ateliers de

groupe. Dans un contexte individuel, les mentors offrent un accompagnement sur mesure, adapté aux besoins particuliers de chaque entrepreneure, en mettant l'accent sur ses objectifs et ses défis spécifiques (St-Jean, 2010). Cette méthode favorise l'établissement d'une relation de confiance et fournit des conseils personnalisés (Groupe One, 2024). En même temps, le mentorat en groupe rassemble plusieurs entrepreneures et mentors, ce qui favorise l'échange et la collaboration (St-Jean, 2010). Ces rencontres permettent de partager des expériences, des stratégies et de solutions concrètes aux problèmes communs, ce qui renforce le sentiment de communauté et de soutien réciproque (Groupe One, 2024).

D'une autre part, le coaching propose une relation structurée et axée sur des résultats précis. Le coach guide l'entrepreneure dans la formulation et l'atteinte d'objectifs spécifiques en utilisant des techniques et des stratégies adaptées (Guillemette & Luckerhoff, 2022). Il assure un suivi régulier et aboutit à des actions concrètes (Guillemette & Luckerhoff, 2022). Le coaching peut se dérouler soit de manière individuelle, offrant une attention personnalisée pour relever les défis uniques de chaque entrepreneure et suivre sa progression dans les tâches clés à réaliser, soit de manière collective, favorisant un apprentissage mutuel au sein d'un groupe dynamique (Guillemette & Luckerhoff, 2022).

Ces programmes visent principalement à offrir des conseils concrets et un soutien constant afin d'aider les femmes entrepreneures à surmonter les difficultés particulières qu'elles rencontrent et à progresser dans les étapes cruciales de leur parcours entrepreneurial. Ils proposent un environnement sûr pour poser des interrogations, partager des expériences et avancer ensemble vers la réussite.

Illustrons maintenant quelques exemples concrets de ces types de programmes à travers les témoignages recueillis lors des interviews.

Dans le cadre de son *boost'Class*, *BELGIAN Entrepreneures* organise des séances de coaching en groupe toutes les deux semaines (Mulowa, 2024). Ces sessions visent à mettre en pratique des concepts et des outils pour améliorer les compétences des participantes (Mulowa, 2024). De plus, le programme offre un accompagnement en groupe, avec sept mentors disponibles pour répondre aux questions des entrepreneures et les soutenir en se basant sur leur propre expérience (Mulowa, 2024).

En revanche, dans le programme *WomenLab*, l'importance est accordée au mentorat individualisé. Chaque entrepreneure reçoit un mentor qui a déjà vécu des situations similaires (De Backer, 2024). Le but est d'utiliser cette expérience afin de prévoir les obstacles et les possibilités qui pourraient survenir lors de la création de leur entreprise (De Backer, 2024). En outre, le programme offre un accompagnement personnalisé, comprenant jusqu'à dix séances avec des spécialistes et des coachs en entrepreneuriat, afin d'assurer que chaque entrepreneur progresse dans la bonne direction en fonction de ses besoins particuliers (De Backer, 2024).

Malgré leurs approches différentes, le mentorat et le coaching se complètent mutuellement. Les femmes entrepreneures peuvent bénéficier des deux types d'aide tout au long de leur parcours entrepreneurial. Tous les deux fournissent un soutien constant dans le but de surmonter des obstacles particuliers et atteindre des objectifs précis. En collaboration, ils créent

un environnement global visant à encourager le progrès et la réussite des femmes entrepreneures.

#### 1.3.3.3. Programmes de financement et d'investissement :

Les programmes de financement et d'investissement sont des ressources financières proposées pour aider les entrepreneur(e)s à lancer et développer leur entreprise (Bonnier & Kamali, 2024 ; Tilquin, 2024).

Certaines initiatives proposent des opportunités de financement spécifiquement conçues pour les femmes entrepreneures, comme des subventions et des prêts à des taux avantageux (Bonnier & Kamali, 2024 ; Tilquin, 2024). L'objectif de ces initiatives est de surmonter les difficultés financières auxquelles les femmes entrepreneures font souvent face et de favoriser l'expansion de leurs entreprises. En effet, il est important de rappeler les obstacles financiers identifiés lors des entretiens et du questionnaire, à savoir : l'accès au crédit, la gestion financière (contrôle des coûts, sécurisation des financements, etc.), le faible soutien financier des banques, le manque de confiance de la part des banques, et la complexité des protections financières) (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative).

Par exemple, *Crédal* est « une coopérative de finance éthique qui construit une société inclusive et durable, où l'argent est mis au service du bien commun » (Crédal, 2024, p. 1). *Crédal* s'est toujours efforcé de répondre aux besoins d'un public confronté à des discriminations et à des difficultés de financement dont les femmes en font parties (Tilquin, 2024). Afin d'y parvenir, ils ont instauré un programme de financement qui, même s'il n'est pas réservé qu'aux femmes, accorde des crédits de façon équitable et inclusive, y compris aux femmes sans pour autant faire de discrimination positive dans l'autre sens (Tilquin, 2024). Cependant, aucune discrimination en termes de garantie de taux d'intérêt n'est réalisée (Tilquin, 2024). Le projet n'est pas axé sur le genre, mais plutôt sur son impact quel que soit le porteur/se du projet. Ils incitent à investir dans des projets éthiques, une initiative qui touche à l'ensemble de leur communauté (Tilquin, 2024).

De plus, comme le *WomenLab* le fait, les séances de coaching offrent aux entrepreneures l'opportunité d'explorer les différentes options de financement (Aksakoglu, 2024). Les spécialistes les soutiennent dans l'analyse de diverses possibilités pour les guider vers celle qui répond le mieux à leurs besoins et à leurs objectifs (Aksakoglu, 2024).

Il existe d'autres nombreuses initiatives de programmes de financement, la plupart d'entre elles sont partenaires de hub.bruxelles. Par exemple #SheFUND est un prêt sans intérêt destiné aux femmes entrepreneures de toutes origines (hub.brussels, 2024). Ils visent à générer des possibilités aussi variées que les compétences des femmes entrepreneures (#SheDIDIT, 2024). En instaurant leur propre système de financement initial, ils améliorent leur programme de coaching en assurant l'accès aux ressources financières requises car il est grand temps de faire face à l'inégalité financière (#SheDIDIT, 2024).

#### 1.3.3.4. Programmes offrant des espaces de travail collaboratifs

Les espaces collaboratifs de travail constituent un nouveau dispositif moderne d'aide à la création d'entreprise. Ce concept provient du terme anglais « coworking space » qui fait référence à un lieu où des collègues travaillent ensemble (Pierre & Burret, 2014). Ces espaces, souvent appelés « tiers lieux », sont conçus pour offrir des alternatives adaptées à un mode de vie plus flexible et à des besoins contemporains (Pierre & Burret, 2014).

Les initiatives proposant des espaces collaboratifs pour l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles jouent un rôle crucial dans la promotion de l'innovation, de l'échange de connaissances et du développement professionnel des femmes qui entreprennent.

Ces espaces collaboratifs créent des écosystèmes dynamiques où les entrepreneures peuvent se connecter, travailler ensemble et se soutenir mutuellement tout au long de leur cheminement entrepreneurial (Lesacq Gosset, 2022). Ces programmes, qui rassemblent des femmes de différents domaines, de différentes perspectives et de différentes expériences, favorisent le partage d'idées, la collaboration interdisciplinaire et le partage de bonnes pratiques (Lesacq Gosset, 2022). Ceci permet aux entrepreneures de bénéficier de différentes perspectives, d'acquérir des connaissances les unes des autres et de découvrir des partenaires commerciaux potentiels (Aksakoglu, 2024).

Dans ces espaces collaboratifs, les femmes entrepreneures peuvent profiter de diverses ressources et services, ce qui peut être essentiel pour l'évolution de leurs entreprises. Souvent ; cela comprend des installations modernes comme des bureaux équipés, des salles de réunion, des espaces de coworking, etc (hub.brussels, 2024). En outre, ces programmes proposent habituellement une variété de services d'aide, comme des formations, des mentorats, des conseils d'experts et des événements de rencontres (hub.brussels, 2024).

Par ailleurs, ces lieux de collaboration favorisent le sentiment d'appartenance et de soutien au sein de la communauté des femmes entrepreneures. Dans un contexte où les femmes entrepreneures font face à des défis spécifiques dans le domaine des affaires, il est possible pour elles de trouver un environnement où elles se sentent soutenues, reconnues et comprises (Lesacq Gosset, 2022).

Les espaces de coworking sont parfois inclus dans les programmes d'accompagnement, d'autres fois comme un service à part entière.

Par exemple le *WomenLab* offre un espace de coworking au sein de son programme, pour que les femmes puissent venir travailler sur leur projet et inciter à ce qu'elles viennent ensemble afin de promouvoir cet esprit collaboratif et cette communauté qui se crée au long des séances (Groupe One, 2024).

Le programme *WOMADE*, en partenariat avec hub.brussels, offre un groupe et un espace de travail collaboratif spécialement conçus pour les femmes qui établissent leur entreprise en solo (hub.brussels, 2024). *WOMADE* dépasse la simple notion de lieu de travail en offrant un environnement sûr et motivant, où les femmes peuvent établir des liens et découvrir des

opportunités professionnelles (WOMADE, 2022). Le but est de promouvoir et de soutenir les femmes qui entreprennent grâce à différents bénéfices, tels qu'un espace de coworking entièrement équipé pour maximiser la productivité, ainsi que la possibilité de travailler entourée d'autres femmes motivées et inspirantes (WOMADE, 2022).

#### 1.4. Difficultés rencontrées par les réseaux et/ou programmes d'accompagnement

Les différentes structures elles-mêmes font face à certains défis. La disponibilité pour répondre aux besoins de leurs membres n'est pas toujours aisée. Ces organisations sont confrontées à des ressources restreintes et à des attentes diversifiées, ce qui peut rendre la réponse appropriée à toutes les demandes et exigences de leurs membres difficile.

##### 1.4.1. *Moyens financiers*

L'un des défis les plus fréquents, évoqué lors des discussions avec différentes structures, est la quête de ressources financières supplémentaires. Les réseaux ou programmes d'accompagnement, généralement organisés en ASBL, dépendent largement de subsides gouvernementaux et nécessitent du financement (Tilquin, 2024 ; Bonnier & Kamali, 2024 ; Bodson, 2024 ; Legrand, 2024). Ils sont souvent restreints par des ressources financières limitées. Bien que la situation se soit améliorée, cela demeure une préoccupation majeure. Toutefois, il est important de noter que ces subventions permettent de proposer de nombreux programmes gratuitement ou à des tarifs très avantageux (Bonnier & Kamali, 2024). Même si de nombreuses enveloppes budgétaires aient déjà été distribuées, elles sont réparties entre un grand nombre d'initiatives, ce qui dilue les ressources disponibles pour chaque structure (Legrand, 2024).

##### 1.4.2. *Ressources humaines*

Bien que cela ne soit pas une généralité, certaines structures et programmes attestent avoir des ressources humaines limitées comme difficulté (Legrand, 2024). Malgré leur abondance d'idées et leur désir de concrétiser de nombreux projets, leurs compétences humaines restreintes les empêchent de concrétiser pleinement ces initiatives (Legrand, 2024).

##### 1.4.3. *Travailler avec des femmes*

La prise en compte des responsabilités familiales est un défi particulier pour les structures d'accompagnement spécialement conçues pour les femmes, en particulier pour celles qui élèvent seules leurs enfants ou qui s'occupent de la plupart des tâches domestiques (Tilquin, 2024). Non seulement leur disponibilité pour participer aux programmes est impactée par cette situation, mais également la gestion quotidienne et le développement de leur entreprise (Tilquin, 2024). Cette réalité doit donc être prise en compte dans les plans de financement et d'accompagnement (Tilquin, 2024).

En outre, certaines femmes accompagnées se lancent dans l'entrepreneuriat par nécessité, en raison de problèmes de recherche d'emploi (Tilquin, 2024). De plus en plus, les structures d'accompagnement collaborent avec des femmes qui peuvent parfois ne pas posséder les compétences spécifiques requises pour la création et la gestion d'une entreprise (Tilquin, 2024). Les talents qu'ont les femmes ne sont pas toujours considérés comme des compétences entrepreneuriales solides. Leur parcours est encore plus complexe, qu'il s'agisse de l'accès à la profession, à la gestion d'un projet ou encore au financement, ce qui rend la mise en place d'aides et d'accompagnements adaptés encore plus difficile (Tilquin, 2024).

#### *1.4.4. Prolifération de structures d'accompagnement*

La prolifération des structures d'accompagnement constitue également un défi (Bonnier & Kamali, 2024). S'il est facile d'attirer des entrepreneures grâce à une communication efficace, il est bien plus dur d'assurer un accompagnement de qualité (Bonnier & Kamali, 2024). Il est difficile d'évaluer le professionnalisme et l'efficacité de ces services d'accompagnement en raison de la multitude de structures (Bonnier & Kamali, 2024). Il est essentiel de garantir que les femmes qui entreprennent bénéficient d'un soutien structuré et cohérent, qui répond pleinement à leurs besoins.

## 2. Partie 2 : Les entrepreneures bruxelloises

Dans cette deuxième partie, les aspects pertinents tirés des réponses du questionnaire et des entretiens sont exposés dans le but de les confronter ensuite à la théorie.

En explorant les témoignages et les informations collectées auprès des entrepreneures locales, notre objectif est de saisir les motivations, les obstacles et les expériences singulières qu'elles font face. Grâce à cette approche, nous pouvons acquérir une perspective plus authentique de leur parcours.

### 2.1. Profil

La plupart des répondantes femmes au questionnaire sont des *entrepreneures indépendantes à titre principal* (76,7%) et *depuis plus de cinq ans* (53%). La majorité d'entre elles (90%) a un *niveau d'études supérieures* tel qu'un diplôme de bachelier ou de master, se situant principalement dans les catégories *d'âge 26-35 ans* (36,7%) ou *50 ans et plus* (40%). Elles sont fréquemment *en couple ou mariées avec des enfants* (59%) et vivent dans des *communes de Bruxelles différentes* (Uccle et Berchem restent les plus représentatives du questionnaire). Leurs *secteurs d'activité sont variés*, incluant ceux de la santé, le commerce ou encore des professions libérales. Quatorze d'entre elles (47%) affirment pouvoir *vivre pleinement de leur activité*, neuf d'entre elles (30%) y parviennent partiellement contre quatre (13%) qui expriment ne pas du tout pouvoir parvenir à leurs besoins via leur activité.

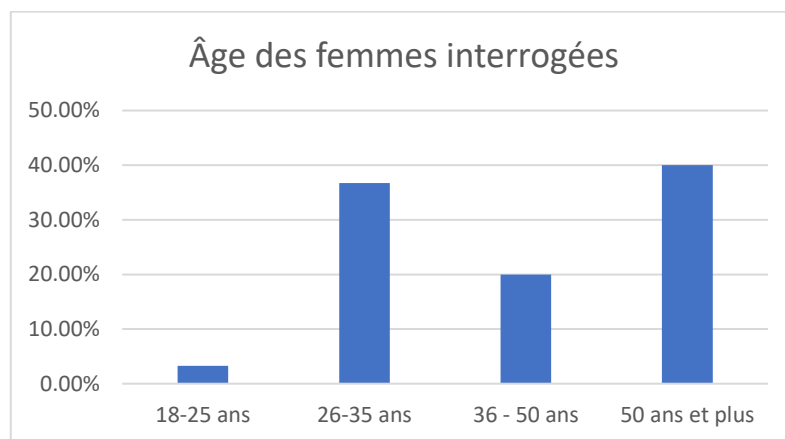


Figure 17 : Âge des femmes interrogées d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). *Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.*



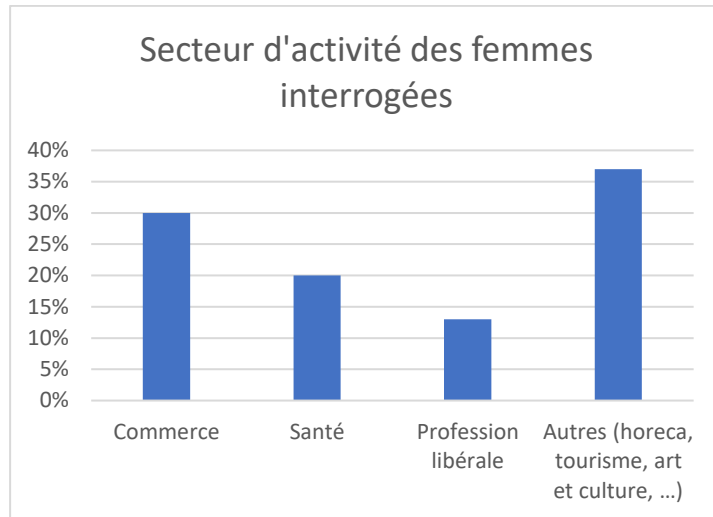


Figure 18 : Secteur d'activité des femmes interrogées d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

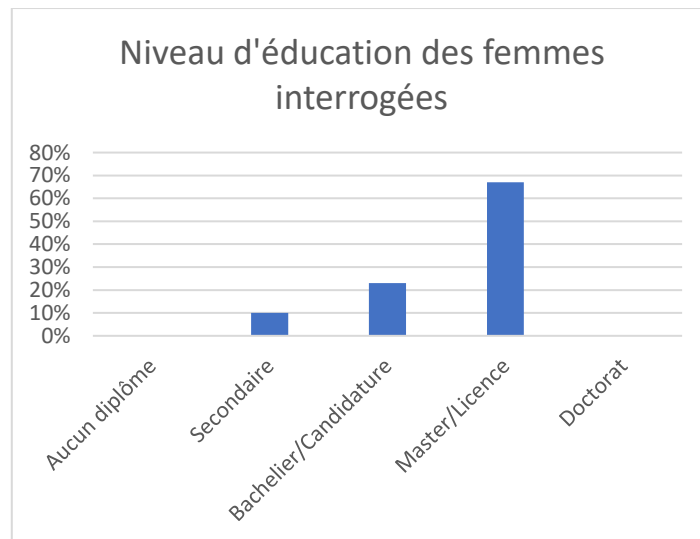


Figure 19 : Niveau d'éducation des femmes interrogées d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

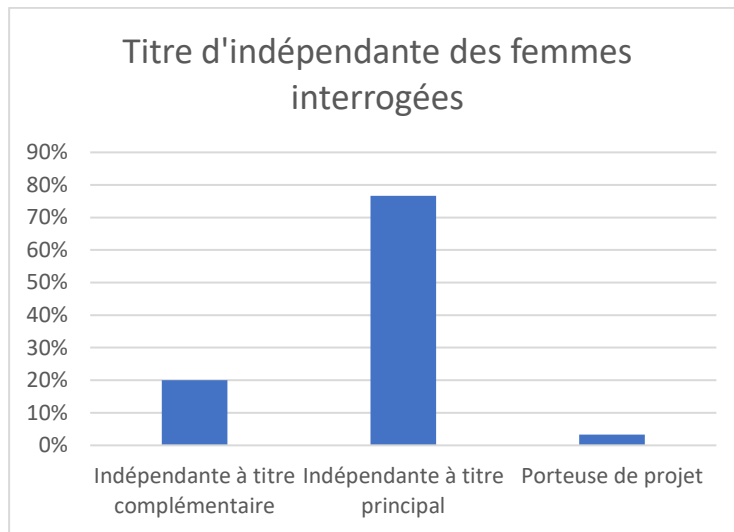


Figure 20 : Titre d'indépendance des femmes interrogées d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

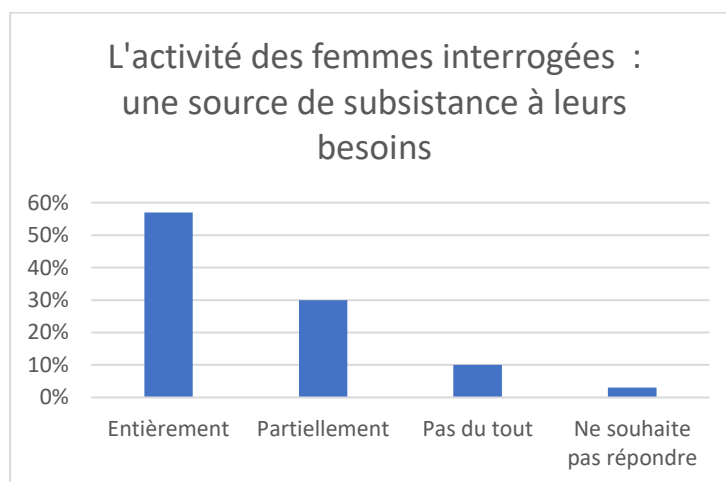


Figure 21 : L'activité des femmes interrogées : une source de subsistance à leurs besoins d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

### 2.1.1. Contributions de notre étude

Les informations tirées du questionnaire se rapprochent de celles établies par les deux baromètres de hub.brussels et du réseau d'affaires Daine. Les femmes entrepreneures sont de nationalités différentes, ont majoritairement fait des études supérieures et travaillent principalement dans le commerce ou les professions libérales. Toutefois, l'âge varie : d'après les baromètres, la plupart des entrepreneures auraient 41 ans, alors que selon mes analyses, il s'agit plutôt de femmes plus jeunes (26-35 ans) ou plus âgées (50 ans et plus). Cela sous-tend qu'il n'y a pas d'éléments différents à soulever.

## 2.2. Motivations

D'après les répondantes du questionnaire, les trois principales motivations des femmes pour s'engager dans l'entrepreneuriat sont le désir d'autonomie et d'indépendance (80%), suivi par le besoin de flexibilité (47%), le désir de se réaliser et de se développer personnellement (47%).

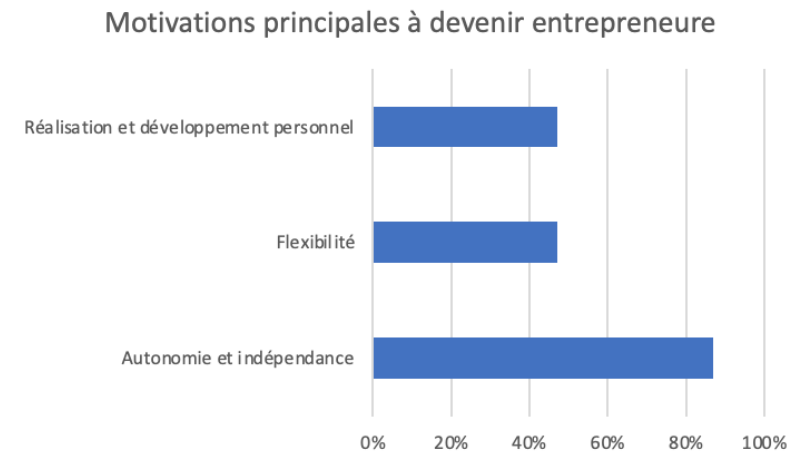


Figure 22 : Motivations principales à devenir entrepreneure parmi les répondantes du questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

Lors des entretiens qualitatifs, certaines entrepreneures, comme Marie Jemine, ont également évoqué le manque de sens dans le travail qu'elles exerçaient ou encore des événements décisifs comme le burnout, qui les ont poussées à envisager un changement de carrière (Jemine, 2024). De plus, le plafond de verre cause une impuissance dérangeante, ce qui les incite à se tourner vers l'entrepreneuriat pour échapper aux contraintes du salariat (Jemine, 2024). Réaliser leurs passions et avoir un impact positif sur le monde ont également été des motivations récurrentes lors des échanges avec les entrepreneures (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Jemine, 2024). Finalement, le besoin de liberté et d'autonomie revient très souvent : pouvoir créer et vivre leur activité selon leurs propres conditions (flexibilité pour les enfants, proximité du domicile, etc) (Aksakoglu, 2024 ; Bodson, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Jemine, 2024 ; Mulowa, 2024).

### 2.2.1. Similitudes entre la théorie et notre étude

#### - Autonomie et Indépendance

L'autonomie est une motivation essentielle pour les femmes entrepreneures, selon la théorie et notre étude de terrain. Étant la première motivation mentionnée dans les baromètres et celle qui ressort le plus clairement des résultats, les entrepreneures bruxelloises ont fréquemment exprimé leur souhait de se défaire des contraintes d'un emploi salarié et de pouvoir prendre leurs propres décisions. Cette motivation est également très bien étudiée dans la théorie. Selon D'Andira et Gabarret (2016), l'entrepreneuriat féminin représente fréquemment une occasion ou une transition professionnelle, où les femmes adaptent leurs parcours professionnels aux évolutions du marché du travail (Brush, 1992 ; Le Loarne-Lemaire et al., 2012).

- **Réalisation personnelle**

Le désir de réalisation et d'épanouissement personnel sont des motivations très répandues, aussi bien dans les textes académiques que dans les récits des entrepreneures bruxelloises. Les femmes sont à la recherche d'un sens profond dans leur emploi et d'un épanouissement qui dépasse les aspects économiques.

Dans la théorie de la réalisation personnelle, liée à la pyramide des besoins de Maslow, cette aspiration est au cœur des aspirations des individus. Après avoir satisfait les besoins fondamentaux (physiologiques, sécurité, amour et appartenance, estime de soi), les individus recherchent l'accomplissement de soi, ou auto-actualisation (Riveline, 2015). Pour les femmes entrepreneures, cette réalisation peut se manifester par la recherche d'un emploi qui leur procure du sens, leur offrant ainsi un épanouissement total et une harmonie avec leurs valeurs personnelles (Riveline, 2015).

En outre, Brush (1992) et Le Loarne-Lemaire et al. (2012) ont démontré que les femmes qui entreprennent sont fréquemment motivées par le souhait de trouver un emploi qui correspond à leurs valeurs personnelles et à leurs objectifs de vie. La recherche de signification et d'épanouissement joue un rôle essentiel dans l'entrepreneuriat féminin.

- **Équilibre vie professionnelle et familiale**

La question de l'équilibre entre vie professionnelle et vie familiale est fréquemment discutée lors des échanges et dans le questionnaire (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative). L'entrepreneuriat offre une grande souplesse aux femmes, ce qui leur permet d'améliorer leur gestion des responsabilités familiales. Les mères entrepreneures évoquent fréquemment cette nécessité de souplesse afin de trouver un équilibre entre leurs deux vies. La recherche souligne que la qualité et la durée consacrées à la famille peuvent être influencées par les exigences professionnelles (Winn 2004). En outre, d'après D'Andira et Gabarret (2016), certaines femmes décident de se lancer dans l'entrepreneuriat pour concilier leur vie professionnelle et leur vie familiale de manière plus harmonieuse.

## 2.2.2. Contributions de notre étude

- **Manque de sens au travail**

Alors que la littérature n'a que peu étudié la question du sens pour les femmes entrepreneures, notre étude a permis de montrer que cela pouvait constituer un facteur motivationnel important. Cette subtilité démontre que, pour certaines entrepreneures, l'entrepreneuriat répond à un besoin plus profond de trouver une signification personnelle dans leur travail (Aksakoglu, 2024 ; Bodson, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Jemine, 2024).

- **Passion et impact positif**

La volonté de réaliser des passions et d'avoir un impact positif sur la société est une motivation récurrente dans les entretiens réalisés avec les entrepreneures bruxelloises (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Jemine, 2024). Toutefois, dans la littérature, elle est fréquemment incluse dans le cadre de la recherche de réalisation personnelle (Holmen et al., 2011 ; Brush & Jennings, 2013).

#### - **Entrepreneuriat par nécessité**

À Bruxelles, l'entrepreneuriat par nécessité n'est pas représenté en majorité. Selon la théorie, l'entrepreneuriat par nécessité est davantage présent dans les pays en développement, où les femmes, souvent moins instruites et limitées aux tâches domestiques, décident de s'engager dans l'entrepreneuriat afin de subvenir à leurs besoins (Langowitz & Minniti, 2007 ; Ascher, 2012). À Bruxelles, on observe une hausse de la participation à l'entrepreneuriat par opportunité, ce qui correspond aux tendances des pays plus développés (Langowitz & Minniti, 2007). Toutefois, il est important de réévaluer cette conception en fonction des changements économiques et sociétaux propres à chaque pays (Coughlin & Thomas, 2002).

Les similitudes entre les motivations théoriques et les motivations pratiques des femmes entrepreneures bruxelloises sont nombreuses, confirmant ainsi des tendances générales comme le besoin d'indépendance et de réalisation personnelle. Toutefois, les subtilités des données empiriques mettent en évidence l'importance des contextes individuels et des motivations particulières, telles que le manque de sens au travail et le souhait d'avoir un impact positif. Ces différences prouvent la variété des raisons pour lesquelles les femmes souhaitent entreprendre et l'importance de saisir les expériences personnelles afin de mieux accompagner les femmes dans leur parcours entrepreneurial.

### 2.3. Défis

Quant aux défis, la charge mentale (70%) représente le plus gros obstacle, l'équilibre entre vie professionnelle et vie familiale (57%), l'accès au financement et à d'autres difficultés financières (41%) ainsi que le manque de confiance en soi (30%). Seules 3 répondantes ont mentionné les stéréotypes de genre comme défi principal.

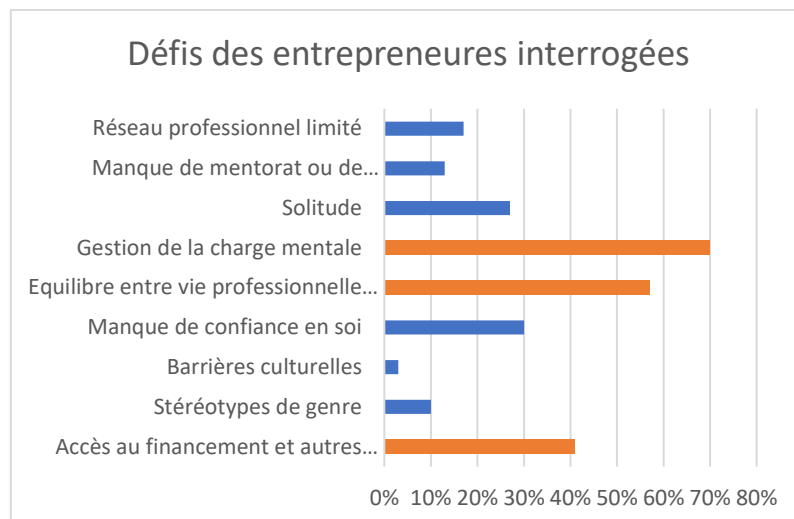


Figure 23 : Défis en tant qu'entrepreneure parmi les répondantes du questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

Les entretiens menés avec les diverses entrepreneures et les échanges issus des réseaux et des programmes d'accompagnement féminins ont confirmé la récurrence des mêmes défis identifiés dans la théorie. Cependant, un défi supplémentaire, celui de la solitude, a émergé, n'étant pas mentionné dans les baromètres, il constitue un point nouveau à souligner. Analysons d'un peu plus près les défis principaux relevés par ces dernières, à savoir :

- La charge mentale et équilibre vie professionnelle et vie familiale
- L'accès au financement
- Le manque de confiance en soi
- La solitude

### 2.3.1. Charge mentale et équilibre vie professionnelle et vie familiale

Des réponses obtenues, il ressort clairement que lancer une entreprise requiert un investissement en temps considérable, souvent sept jours sur sept, y compris les week-ends. Cette charge de travail intense peut entraîner un déséquilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, exacerbant le stress et la fatigue.

*Témoignage d'une répondante au questionnaire, entrepreneure à titre principal dans le secteur commercial depuis plus de cinq ans : « La charge mentale intense et le manque d'équilibre sont constants, car on ne sait jamais de quoi demain est fait, ce qui pousse à accepter toutes les opportunités qui se présentent sans jamais s'arrêter » (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative).*

De plus, elles expliquent la difficulté, principalement, au début de leur activité, d'être confrontées à tout faire seule : gestion financière, marketing, logistique, et relations clients. Cela demande une grande polyvalence et une excellente gestion du temps.

*Témoignage d'une répondante au questionnaire, entrepreneure à titre principal dans le secteur commercial depuis moins d'un an : « On ne peut pas dire « non » à un client, donc on dit « oui » à tout et on se retrouve vite surmené » (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative).*

En outre, trouver un équilibre entre vie privée et professionnelle est un défi majeur dans les résultats recensés d'après le questionnaire et les entretiens. Elles expriment être partagées entre leurs devoirs de mère et ceux de leur activité. La gestion du temps est encore plus complexe lorsque le rôle de maman et entrepreneure se combine. Il s'avère qu'une part des entrepreneures relatent le sentiment de culpabilité liée à leur rôle de mère entrepreneure (Jemine, 2024). Lors d'un des entretiens, il a été intéressant de souligner que les discours sur la parentalité bienveillante<sup>9</sup> révèlent un certain conservatisme qui limite les femmes dans leur capacité à travailler à temps plein dans l'entrepreneuriat, constituant un obstacle majeur à leur épanouissement professionnel (Jemine, 2024). Contrairement aux hommes, qui ne ressentent pas de culpabilité à l'idée de consacrer pleinement leur temps à leur activité.

### *2.3.2. Difficultés financières*

Plusieurs entrepreneures mettent en évidence le manque de soutien des banques envers les femmes entrepreneures dans les récits collectés. Les recours à des prêts sont repoussés ou mal reçus, ce qui renforce un sentiment d'insécurité.

*Témoignage d'une répondante au questionnaire, entrepreneure à titre principale dans le secteur des soins depuis 2 ans : « Les banques, censées jouer un rôle crucial dans le soutien des nouvelles entreprises, semblent perdre confiance en leurs clients » (cf. annexe 14 : Liste des acteurs bruxellois (réseaux et programmes)).*

Sans que cela soit spécifique aux femmes, obtenir un financement adéquat pour couvrir les coûts initiaux, tels que l'achat de matériel ou les salaires des premiers employés, reste une difficulté majeure. En outre, les entrepreneures rencontrent souvent des difficultés pour obtenir des protections financières comme les pensions, les mutuelles et l'accès au chômage.

D'après certains témoignages, beaucoup d'entre elles ont hésité à s'engager par peur de perdre la stabilité financière offerte par un salaire régulier ou les avantages sociaux associés au statut de salarié.

Pour les femmes, il peut être encore plus compliqué d'obtenir du financement, comme en témoignent plusieurs entrepreneures interrogées.

*« Ils voulaient l'accord de mon mari qui n'est d'ailleurs pas mon mari car on n'est pas marié, et il n'a rien à voir dans mon business. L'organisme financier ne voulait pas me prêter sans*

---

<sup>9</sup> La parentalité bienveillante ou l'éducation bienveillante, « c'est être à l'écoute de ses enfants, mais aussi de ses proches et de soi-même » (Parentia, 2024, p. 1).

l'accord de l'homme qui partageait ma vie » (Bodson, 2024) (cf. annexe 5 : Entretien avec Juliette Bodson – Kifpreneure Academy).

« Une fois, je suis allée à l'agence avec mon mari pour autre chose et quand il a vu la fiche de salaire de mon mari, j'ai mentionné que vous m'aviez déjà refusé plusieurs fois un rendez-vous pour un prêt et il m'a dit, maintenant que monsieur est là, on peut peut-être en reparler » (Jemine, 2024) (cf. annexe 3 : Entretien avec Marie Jemine – L'Empoteuse).

Les banques ne se basent sur aucune statistique genrée d'où le manque de contrôle sur la parité des investissements (Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique, 2023). Selon Juliette Bodson (2024), ces obstacles sont bien réels et pourtant, lorsqu'elle les évoque à certains hommes de ces institutions, ils semblent être rejetés par ceux-ci, affirmant que cela n'est pas vrai. En réponse à ces enjeux, David Clarinval, Ministre des Indépendants et des PME, a initié en 2022 une table ronde sur l'accès des entrepreneures au financement. A cette occasion, 25 mesures ont été mises en place pour promouvoir une meilleure égalité entre les genres (Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique, 2023).

Cependant, selon les expertes du milieu qui se basent sur leur expérience professionnelle d'accompagnement, les femmes seraient plus fiables dans le remboursement de leurs prêts que les hommes car elles auraient davantage pris en compte la réalité de leur projet (Tilquin, 2024 ; Bonnier & Kamali, 2024). On néglige souvent leur approche prudente et réaliste dans la planification financière (Tilquin, 2024). Pourtant, c'est précisément cette prudence qui leur permet de mieux rembourser leurs prêts ayant correctement anticipé les montants nécessaires. À titre d'exemple, comme l'indiquent deux expertes interrogées ainsi que la littérature, les hommes auraient tendance à adopter des stratégies plus risquées et à faire des projections de chiffre d'affaires plus élevées, tandis que les femmes seraient plus modérées dans leurs estimations (Bonnier & Kamali, 2024). Si le chiffre d'affaires d'un projet féminin est trois fois inférieur à celui d'un projet masculin comparable, les prêteurs sont parfois moins disposés à financer le premier, même s'il est viable (Tilquin, 2024). Une étude réalisée par Linda Mayoux (2007), chercheuse et consultante, met en évidence que les femmes auraient souvent démontré une meilleure capacité en matière de remboursement de crédit et d'épargne. De plus, d'après les expertes interviewées, il est essentiel d'acquérir des compétences en négociation des taux d'intérêt et des garanties, mais cela est souvent encore trop souvent négligé par les femmes (Tilquin, 2024 ; Bonnier & Kamali, 2024).

Les problèmes d'obtention de financement et les obstacles liés aux institutions financières sont des sujets fréquents dans les données récoltées auprès des entrepreneures bruxelloises. Ces résultats correspondent aux études précédentes qui ont mis en évidence le financement comme un défi majeur pour les femmes entrepreneures, notamment en raison des préjugés de genre dans les choix de prêts (Brush et al., 2001).



### 2.3.3. *Manque de confiance en soi*

Il semble que les femmes entrepreneures rencontrent des difficultés à avoir confiance en elles-mêmes et en leur projet, en particulier lorsqu'elles commencent de zéro et manquent de connaissances concrètes sur les éléments clés du succès (Bodson, 2024). Il est possible que ce manque de confiance perturbe et entrave la réalisation de leurs objectifs.

Lors d'un entretien avec les expertes de chez hub.brussels, il est à souligner que dans les débats sur l'entrepreneuriat féminin, les difficultés auxquelles font face les entrepreneures sont souvent évoquées. Le manque de confiance en soi, la réticence à prendre des initiatives et à oser ainsi que la remise en cause de leur crédibilité font partie de ces défis (Bonnier & Kamali, 2024). Ces éléments contribuent à instaurer un cadre qui remet en question le statut de femme entrepreneure. À titre d'exemple, bien que cela ait été son ressenti subjectif, une interviewée a évoqué, lors de son témoignage, avoir eu le sentiment que les investisseurs ne l'écoutaient pas attentivement lors de la présentation de son projet et qu'ils doutaient de ses compétences (Aksakoglu, 2024). De la même manière, lors des discussions avec des partenaires commerciaux, les femmes peuvent éprouver du mal à faire valoir leurs idées, surtout lorsque les attentes sociales les incitent à parfois adopter une attitude plus agressive (Bonnier & kamali, 2024). Il est possible que ces obstacles aient des conséquences néfastes à long terme, les femmes étant susceptibles d'être perçues différemment des hommes. En outre, plusieurs répondantes ont exprimé le sentiment subjectif d'être jugées lorsqu'elles exposent leur projet et ne se sentent pas prises au sérieux (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative). Bien que cela ne soit pas toujours explicite, elles perçoivent une certaine condescendance liée à leur genre, leur activité étant alors vue comme un loisir plutôt qu'une activité prise au sérieux (Aksakoglu, 2024). Cela impacte leur confiance en elles.

Une similitude entre la théorie et la pratique réside dans les défis liés à la confiance en soi et à la perception de soi. Selon la théorie, les femmes entrepreneures ont souvent moins confiance en elles que leurs homologues masculins, ce qui peut limiter leur capacité à prendre des décisions et à saisir les opportunités entrepreneuriales (Cech et al., 2011). Dans la réalité, d'après les entrepreneures bruxelloises interrogées et celles soumises au questionnaire, des incertitudes quant à leurs compétences et à leurs capacités se manifestent, ce qui pourrait avoir un impact sur leur développement entrepreneurial et leur succès.

#### 2.3.4. Solitude

Le sentiment de solitude peut être accablant, surtout lorsque les décisions cruciales doivent être prises ou lorsque des obstacles imprévus surgissent. Le manque de collègues ou de partenaires pour partager les responsabilités et les préoccupations renforce ce sentiment. Plusieurs entrepreneures du questionnaire et celles interviewées ont évoqué que malgré la présence de nombreux programmes d'accompagnement et/ou de réseaux, ils ne répondent pas toujours à leurs besoins particuliers (Jemine, 2024). En outre, le manque de soutien de l'entourage a également été soulevé (cf. annexe 13 : Réponses de l'étude quantitative).

Il est essentiel de prendre en compte ces éléments supplémentaires cités par plusieurs répondantes du questionnaire tels que la solitude, le manque de soutien de l'entourage et l'adéquation des programmes d'accompagnement avec les besoins spécifiques des entrepreneures bruxelloises. Notre étude représente davantage le cas de femmes qui ont entrepris seules, ce qui implique qu'elles doivent assumer l'intégralité des responsabilités et des risques liés à la réalisation de leur activité. Ces résultats concordent avec les études qui ont mis en évidence le soutien social comme un élément essentiel pour le bien-être et la réussite des entrepreneures (Gielnik et al., 2014).

De plus, les études montrent que l'évolution des technologies et la concurrence croissante rendent de plus en plus difficile la création d'une entreprise en solo (Miloud & Cabrol, 2011). Il est challengeant pour une personne seule d'avoir toutes les compétences requises pour réussir. D'un autre côté, entreprendre à plusieurs peut avoir un rôle dans l'évaluation des projets par les investisseurs en capital-risque et favorisent la mise en place de stratégies telles que l'innovation et la création de partenariats (Miloud & Cabrol, 2011). Selon des recherches, il a été démontré que la taille et la variété des équipes fondatrices sont associées à la croissance des start-ups et à leur estimation positive par les investisseurs (Miloud & Cabrol, 2011).

#### 2.3.5. Contributions de notre étude

##### 2.3.5.1. Perception des barrières légales

D'après la théorie, les femmes entrepreneures sont souvent confrontées à des obstacles majeurs en raison de barrières légales telles que les réglementations administratives et les exigences juridiques (Marlow et al., 2008). Cependant, les entrepreneures bruxelloises interrogées ne mentionnent pas ce défi de manière fréquente. De plus, comme les deux expertes de chez hub.brussels ont souligné la présence d'une multitude d'initiatives subsidiées pour favoriser l'entrepreneuriat féminin démontrant une démarche favorable allant dans ce sens (Bonnier & Kamali, 2024).

##### 2.3.5.2. Discrimination de genre

Selon Brush et ses collègues (2001), la théorie met en évidence la présence de discriminations systémiques envers les femmes entrepreneures, incluant des préjugés concernant leur accès aux financements, aux opportunités commerciales et à la réputation sociale. Cependant, les observations tirées du questionnaire ne révèlent pas de manière prédominante une cause liée au genre alors que parmi les entrepreneures interviewées, trois d'entre elles ont expérimenté une réelle discrimination quant à l'accès au crédit. Cette différence laisse entendre que les problèmes financiers auxquels font face les femmes entrepreneures bruxelloises ne sont pas seulement liés à des discriminations de genre. Elles incluent aussi des problèmes plus globaux tels que la gestion des finances et l'obtention de ressources financières suffisantes.

#### 2.3.5.3. Défis internes vs externes

Un autre élément abordé est la prépondérance des défis externes ou internes selon le contexte. Tout d'abord, les informations théoriques soulignent les difficultés externes telles que les contraintes légales, la discrimination financière et les normes sociales discriminatoires, qui entravent l'activité entrepreneuriale des femmes (Carranza et al., 2018). Les données de l'étude, quant à elles, mettent plus l'accent sur les difficultés internes pour les entrepreneures bruxelloises, comme le manque de confiance en soi et la difficulté à concilier vie professionnelle et vie personnelle. Il est possible que cette différence indique que les difficultés internes peuvent avoir un impact plus important sur le parcours des femmes entrepreneures bruxelloises que les difficultés externes.

Les différents défis auxquels font face les entrepreneures à Bruxelles sont mis en lumière par la théorie et les expériences concrètes des femmes interrogées. Ils mettent en évidence la nécessité d'adopter une approche délicate, en prenant en considération les spécificités du contexte local ainsi que les facteurs internes et externes qui entravent l'entrepreneuriat féminin.

#### 2.4. Réseaux et programmes d'accompagnement féminins

Douze des répondantes font partie d'un réseau entrepreneurial mixte (40%) et seules quatre d'entre elles participent à des réseaux exclusivement féminins (13%). Les raisons de leur adhésion à des réseaux mixtes résident dans l'obtention de conseils, de soutien et de solidarité, ainsi que les possibilités de rencontres et de réseautage. 25% des répondantes relate être en relation avec les membres du réseau à titre de moins d'une fois par mois et évaluent positivement l'impact des réseaux et programmes sur leur parcours entrepreneurial. Toutefois, parmi celles qui ont fait partie d'un réseau féminin dans le passé, elles expriment leurs réserves quant aux réseaux trop clos, trop féminins ou trop onéreux.

En ce qui concerne les programmes d'accompagnement, seules 9 participantes (33%) ont pris part à des programmes particuliers, comprenant des aspects financiers, du mentorat, des formations, du réseautage et du développement personnel. Les participantes accordent une grande importance à l'apprentissage continu et au soutien personnel, malgré les contraintes de temps qu'elles rencontrent régulièrement. Elles indiquent avoir besoin de ces ressources principalement lors de la phase de conception de leurs projets. A Bruxelles, la contrainte de

temps combinée à des préoccupations de fermeture et de coût élevé sont des facteurs qui freinent l'accès à ces programmes.

Pour mieux visualiser les apports de notre étude, voici un tableau récapitulatif des avantages, des inconvénients ainsi et des risques associés à chaque type d'accompagnement (féminin, mixte et individuel).

Type d'accompagnement	Avantages	Inconvénients	Risques
<b>Accompagnement féminin</b>	Soutien et solidarité entre femmes	Réseaux trop fermés	Risque de fermeture à des perspectives et opportunités mixtes et diversifiées
	Partage d'expériences similaires	Peut être considéré comme trop féminin	Potentiel d'être perçu comme exclusif et non représentatif du monde entrepreneurial réel
	Création d'un espace sûr pour discuter des défis spécifiques aux femmes	Parfois trop onéreux	
<b>Accompagnement mixte</b>	Accès à une diversité de perspectives et d'opportunités	Potentiel de ne pas aborder suffisamment les enjeux spécifiques aux femmes entrepreneures	Risque de sous-représentation des femmes dans les structures mixtes
	Plus grand réseau pour le réseautage et les rencontres	Moins de soutien émotionnel et solidaire spécifique aux femmes	Possibilité de rencontrer des préjugés de genre
	Plus d'opportunités pour des collaborations diverses	Moins de focus sur les défis liés à l'entrepreneuriat féminin	Risque de ne pas se sentir totalement soi-même et de ne pas oser prendre la parole
<b>Accompagnement individuel</b>	Accompagnement personnalisé et adapté aux besoins spécifiques	Coût potentiellement plus élevé	Dépendance à un seul mentor ou coach

	Flexibilité et focus sur les besoins individuels	Peut manquer de diversité, de perspectives et de partages	Risque de ne pas être exposé(e) à une communauté ou à un réseau plus large
	Relation de mentorat plus étroite	Disponibilité limitée des mentors	Risque d'obtenir des conseils limités

*Tableau 5 : Avantages, inconvénients et risques associés à chaque type d'accompagnement (féminin, mixte et individuel)*

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

Cependant, le questionnaire ne permet pas de mettre en évidence le besoin par les femmes d'être membre d'un réseau ou de suivre un programme d'accompagnement exclusivement féminin. Pourtant, la majorité des entrepreneures interviewées sont largement favorables à ces initiatives. Certaines ont mis en avant l'importance de recevoir un accompagnement individuel avec un coach, ainsi que de recevoir une orientation ciblée dans des domaines spécifiques liés à leur développement professionnel. De la même manière, elles ont souligné les bénéfices des cercles de codéveloppement, riches en échanges, même s'ils nécessitent un investissement considérable en temps. Cependant, en dépit de cette exigence, ces groupes apportent un soutien précieux aux membres, tout en soulignant l'intérêt de préserver un équilibre et de ne pas s'y investir de manière exclusive.

De plus, les entrepreneures sont motivées par le désir de partager des expériences avec celles qui vivent les mêmes réalités, comme la charge mentale ou les défis liés au patriarcat<sup>10</sup>. Elles sont à la recherche de soutien et de développement professionnel grâce au réseautage.

Enfin, il peut être judicieux de considérer les réseaux mixtes et les réseaux féminins comme complémentaires (Constantinidis, 2010). Alors que le réseau féminin suscite de la bienveillance, renforce la confiance en soi et offre une écoute féminine attentive, les réseaux mixtes permettent d'être mis en relation avec des acteurs économiques importants qui partagent d'autres ressources et perspectives. Cependant, certaines notent qu'il peut être dangereux de se détacher complètement des réseaux mixtes (Hanisz, 2024). Un environnement mixte favorise le partage élargi d'expériences entrepreneuriales et permet de développer un réseau plus diversifié (Bueno Merino & Duchemin, 2016).

<sup>10</sup> Selon le dictionnaire en ligne Larousse (s.d.), le patriarcat se définit comme une « forme d'organisation sociale dans laquelle l'homme exerce le pouvoir dans le domaine politique, économique, religieux, ou détient le rôle dominant au sein de la famille, par rapport à la femme ». Dans une société où prédomine une culture patriarcale, les femmes se heurtent à des obstacles dans leur accès à la prise de décisions familiales (Constantinidis et al., 2017). Les choix sont principalement faits par les hommes et la femme est chargée de s'occuper des enfants et de la maison. Selon les normes sociales, le père occupe la position la plus élevée dans la hiérarchie familiale, tandis que l'épouse doit adopter un rôle secondaire, en respectant les décisions prises par son mari (Constantinidis et al., 2017). En outre, il est fréquent que les femmes doivent solliciter l'accord de leurs parents ou de leur conjoint pour gérer leurs biens (Constantinidis et al., 2017). Dans ce contexte, il est clair que l'émancipation et l'entrepreneuriat représentent des défis majeurs pour les femmes, car ces initiatives ne sont pas conçues pour elles.

## 2.4.1. Contributions de notre étude

### 2.4.1.1. Besoin de soutien et de conseils

Parmi les répondantes, l'importance de soutien et de conseils pour les femmes entrepreneures est mentionné. Comme l'ont mentionné les expertes interrogées, ces défis peuvent être surmontés par des réseaux et des programmes d'accompagnement qui offrent un lieu où les personnes peuvent recevoir des conseils pratiques et émotionnels (Bonnier & Kamali, 2024, Bodson, 2024 ; De Backer, 2024 ; Mulowa, 2024 ; Tiquin, 2024).

Les entrepreneures interviewées affirment que les cercles de codéveloppement, bien qu'exigeant du temps, sont bénéfiques pour briser l'isolement et surmonter les obstacles. La littérature rappelle que les cercles de codéveloppement favorisent l'échange d'idées et le partage de bonnes pratiques, ce qui renforce les compétences entrepreneuriales des participantes (Constantinidis, 2010).

### 2.4.1.2. Attitudes envers les réseaux exclusivement féminins

3 répondantes du questionnaire (10%) expriment une réticence envers les réseaux féminins. Cependant, les entrepreneures interrogées lors des entretiens y adhèrent toute à l'unanimité. À savoir que celles-ci ont été ou sont toutes membres de réseaux et/ou programmes d'accompagnement. Il est possible que cette différence soit due à des éléments personnels ou à des expériences passées des entrepreneures. Les femmes entrepreneures accordent une grande importance à la reconnaissance dans les expériences d'autres femmes, mais certaines peuvent considérer les réseaux exclusivement féminins comme trop contraignants ou trop axés sur le genre (Santoni & Barth, 2014).

### 2.4.1.3. Éthique et efficacité des programmes d'accompagnement

De nombreuses entrepreneures ou porteuses de projet interrogées ont vécu des expériences très enrichissantes grâce à des programmes d'accompagnement mixte ou féminin, où elles ont pu élaborer leurs idées, développer des compétences essentielles et recueillir des financements. Les participantes ont été très satisfaites des formations et du mentorat reçus, les considérant comme puissants et inspirants (Aksakoglu, 2024 ; Bodson, 2024 ; Duvivier, 2024). Ces programmes sont pour certaines un véritable tremplin pour leur projet (Duvivier, 2024 ; Aksakoglu, 2024). D'autres témoignages mettent en évidence l'importance des structures pour le réseautage et l'accès à des ressources.

Néanmoins, certaines témoignent d'une fusion entre l'accompagnement entrepreneurial et le développement personnel. Divers services de soutien semblent tirer parti du besoin des femmes en matière de développement personnel en leur offrant des programmes de coaching ou d'accompagnement (Jemine, 2024). Une répondante se questionne sur la manière dont ces dispositifs pourraient exploiter la vulnérabilité des femmes en leur proposant des programmes

adaptés à leur situation, sous prétexte de diminuer les disparités. Cette approche est parfois considérée comme paternaliste, suggérant que les femmes ont besoin d'une assistance supplémentaire pour réussir dans le domaine de l'entrepreneuriat (Jemine, 2024).

En effet, une des entrepreneures témoigne : « Je trouve dangereux de mélanger l'entrepreneuriat et le développement personnel. A se dire, il me faudrait du coaching pour arriver à gérer tout ça, à se dire que si je n’y arrive pas, c’est que je ne suis pas une assez bonne ou c'est que je ne crois pas assez à mon projet, que je n'explore pas assez mon rêve, etc » (cf. annexe 3 : Entretien avec Marie Jemine – L’Empoteuse).

Cette divergence pose des interrogations cruciales concernant l'éthique et l'efficacité des programmes d'accompagnement, mettant en évidence l'importance d'une approche équilibrée qui concilie le soutien entrepreneurial avec le respect de l'autonomie et de la dignité des entrepreneures (Bueno Merino & Duchemin, 2016).

Cela met en lumière la complexité des exigences et des expériences des femmes entrepreneures bruxelloises en ce qui concerne les réseaux et les programmes d'accompagnement. C'est pourquoi il est crucial d'adopter une approche globale et inclusive qui prenne en considération les différentes perspectives, expériences et besoins des femmes entrepreneures.

Afin d’avoir une vision plus claire, voici un tableau récapitulatif des similitudes et divergences entre la théorie et l’étude réalisée à propos des motivations, des défis ainsi que des réseaux et des programmes d’accompagnement féminins.

Motivations		
Similitudes	Divergences	
1. Autonomie 2. Désir de réalisation et épanouissement personnel 3. Équilibre entre vie professionnelle et familiale 4. Flexibilité	<b>Théorie :</b>  1. Manque de sens moins évoqué 2. Passion et impact positif plutôt présentés sous forme de réalisation personnelle 3. Par nécessité davantage pour les femmes entrepreneures dans les pays en voie de développement	<b>Étude :</b>  1. Manque de sens davantage cité 2. Passion et impact positif comme motivations à part entières 3. Par nécessité, pas représenté en majorité à Bruxelles → davantage motivée par l’entrepreneuriat par opportunité
Défis		
Similitudes	Divergences	
1. Manque de confiance en soi et perception de soi 2. Défis financiers	<b>Théorie :</b>	<b>Étude :</b>  1. À Bruxelles, les barrières légales ne sont pas

3. Solitude et manque de soutien de l'entourage	1. Perception des barrières légales qui divergent selon le contexte et le pays 2. Défis internes vs externes plus prépondérants en fonction du contexte	mentionnées comme obstacle majeur 2. Défis internes plus prépondérants à Bruxelles
Réseaux et programmes d'accompagnement féminins		
Similitudes	Divergences	
1. Besoin de soutien et de conseils 2. Avantages des cercles de codéveloppement	<b>Théorie :</b> 1. Attitude positive envers les réseaux exclusivement féminins 2. Pas mentionné	<b>Étude :</b> 1. Réticence envers les réseaux exclusivement féminins (trop clos et onéreux) 2. Questionnement sur le profit retiré via la vulnérabilité des femmes afin de créer des programmes

Tableau 6 : Tableau récapitulatif des similitudes et divergences entre la théorie et l'étude

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

## 2.5. Homologues masculins

Il est intéressant d'analyser les différences significatives qui émergent du questionnaire entre les femmes et les hommes entrepreneur(e)s. Malgré une collecte de données limitées et une répartition inégale des 52 répondants (22 hommes et 30 femmes), quelques différences peuvent être mentionnées.

### 2.5.1. Profil

La majorité des répondants masculins sont des *indépendants à titre principal depuis plus de cinq ans*. La plupart d'entre eux ont *50 ans et plus (55%)*, sont *mariés ou en couple avec des enfants (43%)* et *ont suivi des études supérieures* tels qu'un bachelier ou un master (50%). Contrairement aux entrepreneures, ils sont plus actifs dans les domaines TIC (technologie, information) ainsi que la construction et le commerce. 50% des répondants affirment que leur activité leur permet de subvenir à leurs besoins entièrement et pour 33%, seulement partiellement.



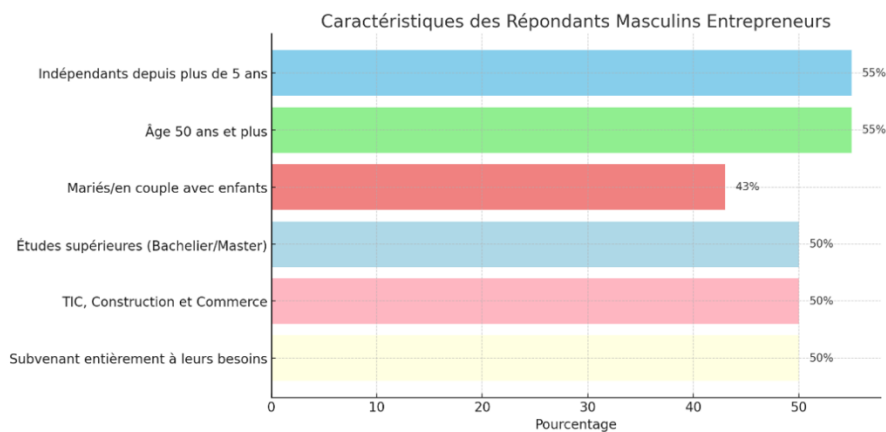


Figure 24 : Caractéristiques des répondants masculins entrepreneurs interrogés au questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

## 2.5.2. Motivations

Les principales motivations des hommes entrepreneurs ressortis du questionnaire sont le désir d'indépendance et d'autonomie (64%), le désir de se réaliser et de s'épanouir personnellement (36%) et le désir de flexibilité (32%). Celles-ci sont similaires à celles des répondantes mais avec des taux différents. Cependant, contrairement aux femmes, ils n'ont pas mentionné la discrimination de genre comme motivation.

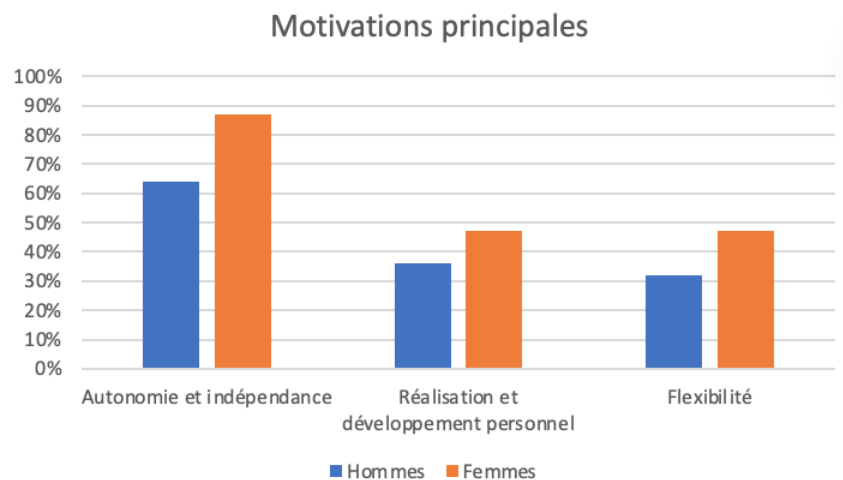


Figure 25 : Comparaison des motivations principales entre hommes et femmes d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

## 2.5.3. Défis

Les défis les plus cités par les hommes incluent l'accès au financement (53%), l'équilibre entre la vie professionnelle et privée (36%) et la charge mentale (32%). La transition vers l'entrepreneuriat est souvent difficile pour les raisons suivantes, fréquemment évoquées par les répondants : le temps et les heures non comptées de la gestion de tous les aspects d'une entreprise, ainsi que la peur de quitter une sécurité financière stable.

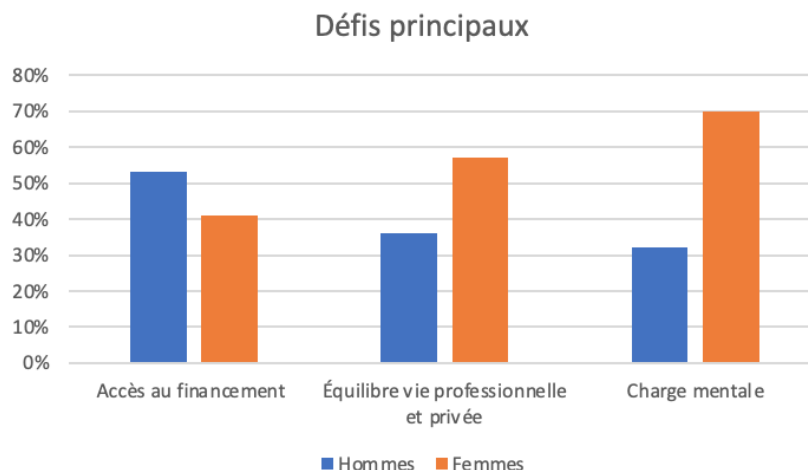


Figure 26 : Comparaison des défis principaux entre hommes et femmes d'après le questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

Toutefois, la charge mentale (70% chez les femmes et 32% chez les hommes) et l'équilibre entre vie professionnelle et vie familiale (57% chez les femmes et 36% chez les hommes) sont nettement plus relevés chez les femmes entrepreneures. Lorsque les hommes évoquent ces difficultés, ils ne les justifient pas comme les femmes. Les hommes expriment ces défis sous la forme de stress, de gestion du temps et de la complexité de gérer tous les aspects d'une entreprise (finances, communication, personnel, etc.) mais aucun ne mentionne le défi de rôle de père ou de tâches domestiques, contrairement aux femmes.

De plus, les réponses du questionnaire montrent un contraste avec la littérature et les baromètres bruxellois établis (hub.brussels, 2023 ; Diane, 2024) : plus d'hommes ont cité la difficulté de financement que de femmes (cf. annexe 3 : Entretien avec Marie Jemine – L'Empoteuse). Les répondants ont mentionné que les banques ne faisaient plus confiance à leurs clients. Cependant, aucun homme n'a cité la discrimination de genre liée au financement, contrairement aux femmes interviewées, qu'elles soient expertes ou entrepreneures. Ces dernières ont personnellement expérimenté ou été témoins de discriminations liées au genre. Cela suggère que l'accès au financement serait difficile pour tous les entrepreneur(e)s, mais que les femmes bruxelloises évoqueraient prioritairement d'autres défis plus présents que celui de l'accès au financement.

Enfin, seuls 2 hommes (10%) ont cité le manque de confiance comme défi rencontré alors que 10 femmes l'ont mentionné (30%).

#### 2.5.4. Réseaux et programmes d'accompagnement

En ce qui concerne les réseaux et les programmes d'accompagnement, aucun homme n'appartient à un réseau exclusivement masculin et 8 sur 19 répondants hommes (42%) participent à des réseaux mixtes. Ils partagent l'objectif d'échanger, de faire du networking, et de rencontrer d'autres professionnels. Quant aux femmes, 57% d'entre elles participent à des réseaux mixtes ou féminins.

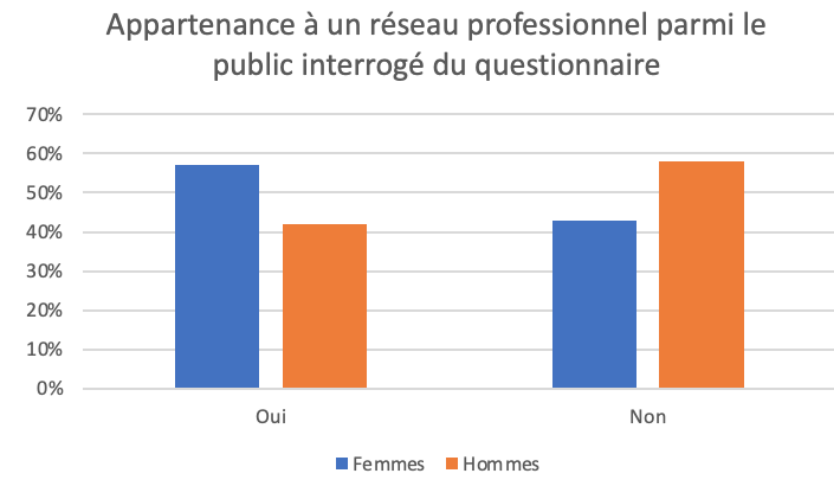


Figure 27 : Appartenance à un réseau professionnel parmi le public interrogé du questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

De plus, un seul homme (2%) a mentionné avoir participé à un programme de mentorat pour renforcer ses compétences en gestion d'entreprise face à 8 femmes sur 28 interrogées (29%). Sur base de l'échantillon, il semblerait que, de manière comparative, plus de femmes participent à des réseaux ou programmes d'accompagnement que leurs homologues masculins.

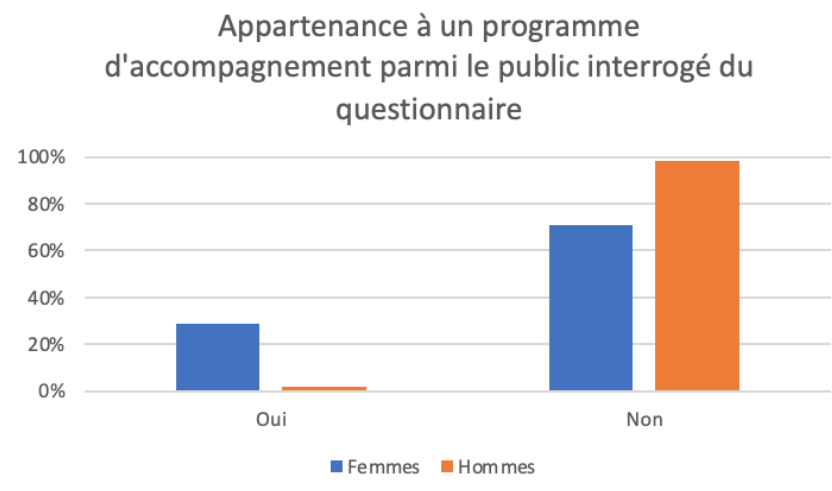


Figure 28 : Appartenance à un programme d'accompagnement parmi le public interrogé du questionnaire

Source : Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

Ceci conclut la deuxième partie de l'analyse des résultats concernant les femmes entrepreneures bruxelloises, obtenus à partir du questionnaire et des entretiens. Cette section a permis de mettre en lumière les apports de notre étude et de soulever d'autres questions en lien avec la littérature.

### 3. Partie 3 : Exemples de réussite d'entrepreneures bruxelloises

Parmi les entretiens qualitatifs réalisés, il s'est avéré intéressant d'illustrer davantage le parcours de deux entrepreneures bruxelloises. C'est pourquoi, la troisième partie de ce chapitre est dédiée à une analyse plus approfondie de leurs expériences. En mettant en avant leurs trajectoires, nous pouvons mieux comprendre les réalités concrètes auxquelles les femmes entrepreneure font face à Bruxelles. Cette approche permet également de mettre en évidence les impacts tangibles des différents programmes d'accompagnement sur leur développement professionnel et personnel. En détaillant ces parcours, nous espérons offrir des exemples inspirants pour d'autres femmes désireuses de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

Pour illustrer le succès de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles, deux exemples de femmes entrepreneures ont été choisies. Chacune a lancé son entreprise dans un secteur distinct, illustrant ainsi la diversité de l'entrepreneuriat bruxellois.

Toutes les deux ont bénéficié d'un programme d'accompagnement, un élément essentiel qui a soutenu et renforcé leur parcours entrepreneurial. De plus, elles font partie ou ont fait parties de réseaux d'affaires, ce qui leur a donné l'opportunité de bénéficier d'un soutien et des conseils précieux. Mais c'est surtout leur détermination et leur persévérance qui les caractérisent.

En plus de créer et de développer leurs entreprises, ces femmes entrepreneures ont également apporté des contributions captivantes et novatrices dans leurs domaines respectifs.

#### 3.1. Hey Charlie – Caroline Hanisz



**Parcours :** diplômée de l'IHECS en communication et relations publiques, Caroline a toujours nourri une passion pour l'événementiel. Dès ses années étudiantes, elle a travaillé dans diverses agences d'événementiels, un milieu qui l'a stimulée et lui a offert des opportunités de progression.

Dans le même temps, Caroline a rapidement commencé à organiser des soirées et des événements, ouvrant ainsi ses propres envies. Elle a travaillé à D-side Group, une agence événementielle à Bruxelles, en tant que "junior event manager" après ses études. Des événements pour des clients renommés tels que Google et Besix Group ont été organisés à cet endroit, ce qui lui a permis d'élargir ses compétences et son réseau.

Après dix années passées dans des agences de recrutement et deux années passées chez D-side Group, Caroline a décidé de fonder sa propre entreprise. Grâce à son expérience de 12 ans, elle a acquis une expertise solide dans les exigences et les défis associés à la gestion d'événements.

**Objectif** : créer sa propre entreprise qui permet de fournir et placer du personnel sur les événements. Son but était d'introduire de l'innovation à chaque étape du processus, en diminuant le temps et les efforts des clients, tout en établissant une véritable communauté pour ses employés.

**Programme d'accompagnement** : en mars 2019, Caroline a intégré l'incubateur Start.Lab afin de réaliser son projet. À son grand étonnement, l'aventure s'est rapidement développée. Même si son entreprise n'était pas encore officiellement lancée, elle était déjà sollicitée par plusieurs clients.

**Hey Charlie** : afin de satisfaire ces exigences, Caroline a mis en place son entreprise en seulement deux semaines, et "Hey Charlie" est apparu ! Hey Charlie est une agence de staffing événementiel créée il y a 5 ans. Elle se spécialise dans le placement de personnel pour divers besoins événementiels, y compris l'accueil, le vestiaire, le service au bar et bien plus encore.

Aujourd'hui, après presque 5 ans de travail avec les extraordinaires Charlie's, Caroline ressent une grande satisfaction. Elle poursuit sa collaboration avec des clients et des partenaires exceptionnels, établissant des relations de confiance à long terme. Entièrement optimiste, elle est convaincue que le meilleur est encore à venir !

**Conseils** : foncez ! Ne jamais laisser personne vous décourager ou vous ralentir et toujours partager ses idées avec son entourage pour recueillir au maximum leurs avis. Enfin, créer un projet dans lequel tu te sens bien, en alliant plaisir et travail.

(Hanisz, 2024).

(Cf. annexe 10 : Entretien avec Caroline Hanisz – Hey Charlie).

### 3.2. L'Empoteuse – Marie Jemine



**Parcours** : après plusieurs années d'expériences dans le secteur de l'import-export, Marie a eu une énorme prise de conscience écologique lorsqu'elle est devenue enceinte. C'est un élément déterminant qui lui a donné conscience d'éprouver un besoin essentiel de s'engager dans une activité qui lui donnait du sens.

**Objectif** : Marie a pris l'engagement de développer des solutions durables et performantes afin de promouvoir le réemploi des emballages. Quand elle a vu qu'il n'y avait pas de contenants réutilisables, elle s'est rendu compte que le poids de faire ses courses en vrac était toujours porté sur les épaules des femmes, elle a voulu apporter une solution.

**L'Empoteuse** : fondée en 2020, L'Empoteuse a pour objectif de donner des conseils sur les contenants alimentaires réutilisables et de mettre en place un réseau standardisé de contenants consignés, accessibles partout où cela est envisageable : dans les restaurants, pour les produits préemballés, dans les magasins, dans les collectivités et lors d'événements.

**Programmes d'accompagnement** : Marie a participé à différents programmes d'accompagnement sur différents plans. Tout d'abord, un programme sur mesure avec un spécialiste, un accompagnement spécialisé en alimentation durable ainsi qu'elle a été membre des mompreneurs, où elle a acquis des compétences en codéveloppement.

**Conseils** : demander de l'aide, notamment en ce qui concerne les aides financières et l'acquisition de compétences de gestion d'une entreprise, comme la gestion de sa comptabilité. Réussir à refuser certaines choses pour penser à son bien-être moral. De plus, une façon efficace de voir les choses consiste à prendre des modèles d'entrepreneures qui ont réussi dans leur domaine et s'en inspirer.

(Jemine, 2024).

(Cf. annexe 3 : Entretien avec Marie Jemine – L'Empoteuse).

## 4. Partie 4 : Exemple d'élaboration d'un programme d'accompagnement en région bruxelloise : cas du WomenLab

Cette partie est entièrement consacré au programme du Womenlab. Grâce aux échanges avec Marion De Backer, coordinatrice du projet, l'expérience du stage ainsi que les observations directes de terrain lors des séances d'activités du WomenLab, il a été possible de saisir et de comprendre pleinement le programme exposé. Il est intéressant de visualiser la constitution et la mise en œuvre d'un tel programme, ainsi que d'approfondir la compréhension de son élaboration, son fonctionnement ainsi que son offre.

### 4.1. Élaboration du programme et demandes du marché

Après avoir rédigé un appel à projet, lancé par la Fondation Roi Baudoin, Le WomenLab a été mis en place par ses fondateurs pour répondre aux besoins particuliers des femmes entrepreneures (De Backer, 2024). Diverses études et enquête, comme le « baromètre de l'entrepreneuriat féminin » de l'UCM, confirment que le programme proposé correspond totalement à leurs missions (Groupe One, 2024).

D'après l'édition 2023 de ce baromètre, il est fréquent que les personnes indépendantes soient très engagées dans leur activité, y trouvant un moyen d'épanouissement personnel et professionnel (Diane, 2024). La majorité d'entre elles ne s'imaginent pas faire une autre carrière, ce qui témoigne de leur profonde dévotion à l'entrepreneuriat (Diane, 2024).

Toutefois, cette même étude met également en évidence le besoin de nombreuses entrepreneures d'être entourées et soutenues afin de se lancer dans cette aventure (Diane, 2024). Elles manifestent leur souhait d'être accompagnées afin de relever les défis liés à l'entrepreneuriat féminin et optimiser leurs opportunités de réussite (Diane, 2024).

C'est dans ce contexte que le WomenLab a été créé. L'incubateur WomenLab a pris conscience de ces besoins et s'est engagé à offrir un soutien sur mesure et adapté aux futures indépendantes (De Backer, 2024). Principalement, le WomenLab répond aux demandes de son public qui sont « de se retrouver entre soi pour s'exprimer en toute sécurité, d'acquérir des outils concrets pour monter en compétence et casser le syndrome de l'imposteur et enfin, d'établir un équilibre entre la vie privée et professionnelle » (De Backer, 2024, p. 65).

En proposant à ces femmes un environnement organisé, des ressources pertinentes et un réseau de soutien, le WomenLab leur offre la possibilité d'aborder leur projet entrepreneurial avec confiance et de réussir cette transition de vie (De Backer, 2024). Le but est de favoriser l'innovation, l'épanouissement et la réussite des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat.

### 4.2. WomenLab, en quoi cela consiste ?

Créé durant l'année 2023-2024, le WomenLab, a vu le jour au sein de l'ASBL Groupe One (cf. supra. p. 59). Étant donné que Groupe One est une « structure d'accompagnement pour le



changement vers une économie durable et régénérative » (Groupe One, 2023), il était tout naturel que le projet ait été lancé par cette association. Effectivement, Groupe One met à profit ses compétences pour soutenir l'entrepreneuriat durable féminin à Bruxelles grâce à la création du WomenLab.

Le WomenLab met en place un programme d'accompagnement aux femmes porteuses de projet<sup>11</sup>, c'est-à-dire, dès la phase de conception de l'idée. Elles n'ont pas encore fondé d'entreprise ni achevé leur proposition à ce stade ; elles ont simplement une idée de ce qu'elles souhaitent faire (De Backer, 2024). Le but est de soutenir les femmes qui désirent se lancer en tant qu'indépendantes dans leurs actions et de les orienter afin de réaliser la mise en œuvre de leur projet (De Backer, 2024).

Il s'agit d'un programme exclusivement féminin conçu pour accompagner les femmes à chaque étape de la création de leur entreprise. Elles bénéficient du soutien d'autres futures entrepreneures ainsi que d'expert(e)s pour les guider dans la concrétisation de leur activité (De Backer, 2024).

Le WomenLab propose une série d'ateliers destinés à renforcer les compétences et l'indépendance des participantes dans la réalisation de leurs projets d'entrepreneuriat. Ces ateliers traitent de divers sujets clés proposant un équilibre entre soutien collectif et individuel (De Backer, 2024). On y retrouve notamment des séances de sensibilisation aux problématiques environnementales et aux modèles économiques durables, qui soulignent des idées telles que l'économie circulaire et sociale (De Backer, 2024). En outre, il est offert des ateliers d'autonomisation qui abordent des sujets essentiels directement liés à leurs activités (De Backer, 2024). Les participantes reçoivent des formations sur des aspects clés comme l'étude de marché, la planification financière et l'identification des parties prenantes, etc (De Backer, 2024).

Ces sessions sont conçues afin de donner aux participantes les compétences indispensables pour réussir dans le domaine de l'entrepreneuriat, tout en encourageant un sentiment de confiance et d'indépendance dans leurs parcours professionnels (De Backer, 2024). Trois critères ont largement guidé le choix des thèmes abordés dans les ateliers à savoir (De Backer, 2024) :

- *La durabilité* pour sensibiliser les participantes aux enjeux environnementaux et sociaux liés à leurs projets entrepreneuriaux, en alignement avec l'essence même de Groupe One.
- *L'aspect financier* afin de fournir des outils concrets pour la gestion financière et développer des compétences pratiques dans ce domaine, répondant à un des défis les plus fréquents : le manque de connaissances et d'outils pour gérer les finances.

---

<sup>11</sup> Dans le cadre du WomenLab, les porteuses de projet font référence aux femmes qui aspirent à devenir entrepreneures, qui ont une idée de projet mais qui n'ont pas encore franchi le cap de l'indépendance. Elles se trouvent à la phase initiale de développement et de création de leur projet, n'ayant pas encore établi de statut officiel et n'ayant pas encore entrepris d'actions concrètes dans ce sens.

- La prise de confiance en soi et l'échange, permettant aux femmes de se sentir à l'aise et d'acquérir une plus grande assurance, surtout face à l'obstacle commun de ne pas oser se lancer.

#### 4.3. Public cible

Le programme cible les femmes actives de 30 ans et plus, généralement des mères de famille avec une expérience professionnelle préalable (De Backer, 2024). Il est conçu pour être accessible, offrant une session hebdomadaire le vendredi de 9h30 à 16h, permettant ainsi aux mères de s'occuper de leurs enfants avant et après la formation (De Backer, 2024). Le programme est également adapté pour les employées souhaitant devenir entrepreneure et qui ne peuvent consacrer qu'une seule journée par semaine à leur projet en travaillant en 4/5<sup>e</sup> (De Backer, 2024).

Bien que le coût du programme puisse limiter l'accès à certaines, il reste ouvert à toutes, y compris celle qui n'ont qu'une vague idée de leur projet (De Backer, 2024).

Enfin, afin d'établir le groupe des participantes, le WomenLab a opté pour une approche plus personnelle en réalisant un entretien de 30 min avec chaque femme désireuse de participer au programme (De Backer, 2024). Cette démarche a permis de vérifier si le programme était pertinent pour répondre aux besoins de chacune (De Backer, 2024).

#### 4.4. Contenu du programme

Plus concrètement, le programme WomenLab se présente par son/ses :

- Focus sur les femmes actives

WomenLab se focalise sur les femmes actives âgées de 30 ans et plus, généralement des mères de famille, qui ont déjà acquis une expérience professionnelle.

- Programme complet sur 10 semaines

Le programme complet est minutieusement organisé sur une période de 10 semaines afin de s'adapter aux emplois du temps chargés. Grâce à un atelier hebdomadaire, il permet aux participantes de concilier leurs autres engagements professionnels et personnels.

- Environnement collaboratif

En encourageant un environnement de travail en collaboration, les ateliers collectifs du WomenLab permettent aux participantes de discuter, d'acquérir des connaissances et de progresser avec d'autres femmes qui partagent les mêmes objectifs.

- Séances de coaching individuel

Les séances de coaching en face à face proposent un soutien sur mesure qui répond aux besoins personnalisés de chaque participante.

- Mentorat

WomenLab offre un programme de mentorat sous la direction d'une entrepreneure sélectionnée et expérimentée. Cette approche permet aux participantes de bénéficier des conseils avisés d'une experte.

- Réseau / Plateforme en ligne accessible

Outre les séances en personne, une plateforme en ligne est disponible pendant un an, permettant aux participantes de poursuivre leur développement, de communiquer avec d'autres membres et d'accéder à des ressources exclusives comme des outils pratiques et des conseils pour développer leur réussite.

- Engagement écologique/ impact environnemental et social

WomenLab met la durabilité et la responsabilité sociale comme priorités. Les participantes sont encouragées à créer des entreprises respectueuses de l'environnement et socialement responsables grâce à leur programme axé sur les défis socio-environnementaux.

## 4.5. Entrepreneuriat durable féminin

### 4.5.1. *Cadre théorique*

Tout d'abord, il est important de vous définir le concept d'entrepreneuriat durable en vous exposant un cadre théorique. « L'entrepreneuriat durable correspond à l'exploitation d'opportunités liées à la protection et à la préservation de l'environnement et ce, de façon évaluable. La performance des nouvelles firmes est mesurée autant dans leurs retombées économiques et sociales qu'environnementales. La nouvelle entreprise évalue sa performance à trois niveaux (Fonrouge & Petzold, 2013, p. 307) :

- Environnemental : avec l'analyse des impacts en termes d'atteinte et de préservation des ressources actuelles et futures ;
- Social : les conséquences sociales de l'activité pour l'ensemble des parties prenantes, pour les collectivités locales et pour la société en général ;
- Économique : en respectant les principes d'une saine concurrence (absence de corruption, d'ententes et de positions dominantes) » (Fonrouge & Petzold, 2013, p. 307).

Nous parlons d'entrepreneuriat féminin durable car l'entrepreneuriat durable attire davantage les femmes. En effet, il remet en question les rôles de l'entreprise traditionnelle et vise à apporter un triple avantage : social, économique et environnemental (Secrieru, 2022). Ce modèle est particulièrement apprécié par les femmes pour diverses raisons :

- Les femmes sont particulièrement intéressées par les aspects liés à la durabilité (Secrieru, 2022). Il est fréquent que leur approche de la performance d'entreprise

intègre des objectifs sociaux et environnementaux, tout en tenant compte des objectifs économiques ou personnels (Secrieru, 2022). Leur dévouement envers ces valeurs environnementales et sociales est davantage représenté en choisissant la voie de l'entrepreneuriat durable (Secrieru, 2022).

- Selon Johnston-Louis (2017), les femmes semblent être attirées par l'autonomisation offerte par les entreprises sociales et durables lorsqu'elles décident de créer une entreprise (Secrieru, 2022). De plus, l'entrepreneuriat offrirait aux femmes des possibilités économiques et permettrait d'accéder au marché (Coughlin & Thomas, 2002), ce qui les inciterait à se tourner davantage vers ce modèle d'entrepreneuriat (Secrieru, 2022).
- En raison de leur expérience dans les domaines des soins et du travail non rémunéré, les femmes ont été historiquement exclues du marché du travail, ce qui les a préparées à intégrer des intérêts économiques et sociaux, ce qui explique leur intérêt pour l'entrepreneuriat social (Johnston-Louis, 2017 ; Secrieru, 2022). Malgré les difficultés historiques liées à la garde des enfants et aux difficultés d'accès au crédit, les femmes ont été davantage impliquées dans l'entrepreneuriat après la Seconde Guerre mondiale, notamment dans les secteurs de l'économie locale et du développement durable (Coughlin & Thomas, 2002 ; Secrieru, 2022).

En comparaison avec leurs homologues masculins, l'étude « Women Sustainable Entrepreneurship: Review and Research Agenda » de Barrachina Fernández et al. (2021) révèle que, les hommes sont plus motivés par la quête de profits financiers et accordent une importance moindre à la durabilité par rapport aux entreprises dirigées par des femmes. Les différences de genre dans le domaine de l'entrepreneuriat influencent l'adoption des pratiques durables (Barrachina Fernández et al., 2021). Les femmes privilégient des méthodes plus respectueuses de l'environnement, motivées par des principes personnels et une plus grande sensibilité aux problématiques environnementales. En revanche, les hommes peuvent être davantage concentrés sur les avantages immédiats, prenant parfois moins en compte les aspects de durabilité (Barrachina Fernández et al., 2021).

#### *4.5.2. Implémentation au sein du Womenlab*

Comme le WomenLab s'est constitué au sein de l'ASBL Groupe One, il est essentiel que le programme présente une perspective axée sur la durabilité. En effectuant des investigations, il a été remarqué que peu de programmes associent l'entrepreneuriat féminin à la durabilité, ce qui renforce l'importance de l'approche du WomenLab (cf. annexe 11 : Entretien avec Marion De Backer - WomenLab).

Des modules spécifiques sur le développement durable sont proposés par le WomenLab, afin de sensibiliser les participantes aux enjeux environnementaux à la fois globaux et locaux (De Backer, 2024). Grâce à ces modules, elles ont la possibilité de développer des modèles d'affaires qui intègrent des solutions durables, qui répondent aux exigences du marché tout en respectant les normes environnementales.

L'innovation sociale est également encouragée par le programme en soutenant des projets qui ont un impact positif sur la communauté et l'environnement. Selon De Backer (2024), il est recommandé aux femmes entrepreneures de créer des produits et des services qui répondent non seulement à des besoins économiques, mais qui contribuent également à améliorer la qualité de vie et la biodiversité (De Backer, 2024).

Selon Marion De Backer, le WomenLab permet une connexion entre l'entrepreneuriat féminin et le développement durable. Ces sociétés dirigées par des femmes se transforment en modèles de pratiques commerciales responsables, encourageant ainsi d'autres entrepreneur(e)s et jouant un rôle déterminant dans la transition vers une économie plus durable et équitable (De Backer, 2024).

#### 4.6. Difficultés rencontrées pour le programme

Le principal défi pour le WomenLab a été de se faire connaître vu la nouveauté du programme et de ce fait, atteindre le public cible (De Backer, 2024). Dans l'entretien, Marion souligne également que la majorité des services proposés par Groupe One sont gratuits, ce qui rend plus difficile la promotion d'un service payant (De Backer, 2024). En conséquence, une autre difficulté est de recruter suffisamment de participantes. Bien qu'ils n'aient pas atteint le nombre d'inscriptions souhaité pour cette première édition, ils ont acquis de l'expérience précieuse et cherchent à surmonter constamment les obstacles pour améliorer les éditions futures (De Backer, 2024).

Un défi actuel est de rester attentif aux besoins évolutifs des participantes pour répondre toujours aux mieux (De Backer, 2024). Marion cite le danger de se reposer sur ses acquis et ses savoirs lorsqu'on a l'habitude de proposer des programmes d'accompagnement (De Backer, 2024). Cependant, « en être conscient est déjà une première manière de les améliorer » souligne-t-elle (De Backer, 2024).

#### 4.7. Améliorations du programme

La nécessité d'augmenter les moments d'échange a été citée (De Backer, 2024). En effet, les sessions d'intervision ont été trop rares, bien qu'elles soient très appréciées. Ces moments permettent au groupe de se mettre au service d'une participante, renforçant ainsi la confiance en soi de chacune (De Backer, 2024).

De plus, l'interaction avec les mentors pourrait également être améliorée en clarifiant mieux les objectifs de ces échanges, qui manquaient de clarté et de régularité (De Backer, 2024).

#### 4.8. Retour des participantes et observations du terrain

Grâce à l'établissement d'entretiens qualitatifs avec la coordinatrice du projet, deux participantes du programme WomenLab et des échanges sur place avec trois autres membres lors de cinq participations aux séances. Les observations, complétées par ces discussions,

révèlent que les retours des participantes sont majoritairement très positifs et mettent en lumière plusieurs aspects essentiels du programme.

De son côté, le WomenLab réalise une évaluation pour chaque participante afin de mesurer l'efficacité du programme (De Backer, 2024). Ils vérifient également si la porteuse de projet obtient son numéro d'entreprise, ce qui constitue un indicateur précieux de réussite et de motivation, comme l'a mentionné Marion dans l'entretien (De Backer, 2024).

#### *4.8.1. Networking et soutien mutuel*

Les participantes soulignent l'importance du networking et de la création d'un réseau professionnel. Elles apprécient particulièrement l'opportunité de se mettre en relation avec d'autres entrepreneures et expertes, ce qui leur offre la possibilité de partager des idées, de collaborer et de se soutenir mutuellement (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024). Ce réseau s'avère être une ressource précieuse pour l'expansion et la progression de leur projet. Elles se sentent libres d'être elles-mêmes et de partager à la fois leurs moments de vulnérabilité et leur succès, ce qui crée une motivation collective (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024).

#### *4.8.2. Soutien individuel et collectif*

D'après elles, l'accompagnement personnalisé offert par le WomenLab représente un avantage majeur. Contrairement aux autres initiatives qui se concentrent uniquement sur le soutien collectif, Le WomenLab offre des séances de coaching individuelles qui répondent aux besoins spécifiques de chaque participante (Aksakoglu, 2024). Accompagnée d'une assistance collective qui encourage la solidarité et le partage d'expériences entre les membres, cette assistance permet aux participantes de progresser à la fois de manière individuelle et en groupe (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024). Leur appréciation pour cette méthode duale est grande et encourage un développement dans différents domaines, ce qui renforce leur motivation.

#### *4.8.3. Encouragement et acquisition de compétences*

Les femmes qui sont impliquées dans le WomenLab ont des objectifs ambitieux pour leurs projets et prennent des mesures pour assurer leur progression et leur expansion. Le programme favorise l'ambition en fournissant les outils et le soutien nécessaires pour atteindre leurs objectifs. Leur réussite entrepreneuriale repose largement sur ces outils et compétences transmises, et elles affirment que ces derniers leur sont extrêmement utiles (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024). Les ateliers et les séances de coaching visent à enseigner aux participantes les compétences essentielles pour gérer une société. La planification financière, l'analyse du marché et la détection des acteurs impliqués sont des sujets abordés. Elles mettent également en évidence que ces séances renforcent la confiance en elles des participantes, leur permettant ainsi d'aborder leurs projets avec plus d'assurance et d'outils (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024).

#### 4.8.4. Témoignages des participantes

« Le networking et le soutien que j'ai reçus au WomenLab ont été essentiels pour moi, surtout en tant que nouvelle arrivée en Belgique. Je ne savais pas comment lancer mon entreprise ici, mais grâce à ce programme, j'ai pu bénéficier de conseils précieux et d'un mentorat exceptionnel. Les autres participantes et moi-même partageons nos expériences, ce qui rend ce parcours moins solitaire » (Aksakoglu, 2024, p. 214) (Cf. annexe 9 : Entretien avec Ece Aksakoglu - Participante au WomenLab).

« Le WomenLab m'a offert une structure et des conseils qui m'ont beaucoup aidée. Aux Pays-Bas, on nous demandait de préparer un plan d'affaires sans véritable accompagnement, mais ici, j'ai un coach et un mentor qui m'aident à chaque étape. Cela fait toute la différence » (Aksakoglu, 2024, p. 211). (Cf. annexe 9 : Entretien avec Ece Aksakoglu - Participante au WomenLab).

« Je conseille à toute entrepreneure de commencer par s'inscrire dans un programme d'accompagnement comme le Women Lab, même si son idée n'est pas précise. C'est comme un tremplin, ça met en route la machine » (Duvivier, 2024), p. 210) (Cf. annexe 8 : Entretien avec Carole Duvivier – Participante au WomenLab).

« Je suis très contente de ce programme parce qu'il a répondu au besoin initial point de vue « féminin » et en plus je ressors avec plein d'outils » (Duvivier, 2024, p. 210) (Cf. annexe 8 : Entretien avec Carole Duvivier – Participante au WomenLab).

Ces récits illustrent l'impact positif et transformateur du WomenLab sur les parcours entrepreneuriaux des participantes. Non seulement le programme contribue à surmonter les difficultés propres à l'entrepreneuriat féminin, mais il guide également les femmes vers une carrière entrepreneuriale plus aisée et prometteuse. Le WomenLab bénéficie d'un réseau de soutien solide, de compétences pratiques et d'un soutien constant, ce qui en fait un élément indispensable pour le succès et l'épanouissement des participantes.

## CHAPITRE 4 : Limites de l'étude

Lors de la conduite de cette étude, plusieurs limites ont été identifiées, affectant différents aspects de la recherche et pouvant impacter l'objectivité des résultats. Les principales limites de mes méthodes de recherche peuvent être divisées en deux catégories différentes, celles liées aux méthodes qualitatives et d'autres liées aux quantitatives.

En matière de recherche scientifique, il est essentiel de prendre conscience que chaque étude est soumise à des contraintes intrinsèques qui peuvent influencer ses résultats. Ce mémoire ne fait pas exception à cette réalité, avec des limites méthodologiques et instrumentales de recherche employées par les auteurs. En outre, l'accès à certains documents a parfois été limité ainsi que la fiabilité et l'adéquation des données aux exigences de la recherche ont parfois posé problèmes.

En ce qui concerne le questionnaire quantitatif, il comporte certaines limites. En premier lieu, il ne permet pas toujours de solliciter des clarifications ou des explications concernant les réponses fournies par les répondant(e)s. Cette limite restreint l'accès à des informations plus précises et approfondies sur les perceptions et les expériences des participant(e)s. En outre, les réponses obtenues à l'aide d'un questionnaire quantitatif peuvent, parfois, être moins complètes et moins diversifiées que celles obtenues lors d'entretiens qualitatifs. Cependant, les diverses approches qualitatives viennent largement combler ces lacunes présentes dans l'étude quantitative, apportant ainsi une compréhension plus enrichie et nuancée. Ainsi, l'échantillon reflète bien les différentes caractéristiques de la population étudiée à savoir des entrepreneur(e)s bruxellois(e)s, hommes et femmes confondus. Le principal défi fut d'obtenir un nombre suffisant de réponses. En effet, la marge d'erreur équivaut environ à 13,59%, soit

$$e = 1,96 * \sqrt{\frac{0,5 * 0,5}{52}} = 0,1359 = 13,59 \%$$

. Cela signifie que si 40% de l'échantillon répond d'une certaine manière, avec un niveau de confiance de 95 %, la proportion réelle dans la population se situera entre 26,41 % (40 % - 13,59 %) et 53,59 % (40 % + 13,59 %) (Selmouni, 2024). Bien que les résultats fournissent des indications intéressantes, ils ne sont pas suffisamment précis pour tirer des conclusions définitives sur la population étudiée. Une marge d'erreur plus faible indiquerait une plus grande fiabilité, car une marge d'erreur de 13,59 % indique une variabilité élevée, signifiant que les résultats peuvent varier fortement par rapport à la population totale. Après avoir contacté diverses et multiples structures, y compris des réseaux et des programmes d'accompagnement bruxellois, peu d'entre elles ont répondu et d'autres ne désiraient pas diffuser le questionnaire à leurs membres. Néanmoins, deux organisations ont répondu positivement. Ensuite, le questionnaire a été diffusé sur de nombreux groupes Facebook tels que : L'entraide des entrepreneurs - Wikipreneurs - Ondernemers helpen elkaar ; The Businest by Wellnest : bons plans, entrepreneuriat, jobs ; Entrepreneurs et freelances ; Entrelancers - Entrepreneurs meet cofounders in Belgium ; Women in Business by hub.brussels ; tous les groupes Facebook des communes de Bruxelles et bien d'autres encore . En outre, le questionnaire a été partagé auprès de l'entourage. Bien que le public visé soit difficile d'accès, limité en taille dès le départ et très occupé, 52 entrepreneur(e)s ont tout de même répondu au questionnaire, soit 22 hommes et 30 femmes, fournissant ainsi des informations intéressantes et précieuses à exploiter. Malgré des relances, une participation moins importante et un



échantillon légèrement moins représentatif qu'attendus, la lecture des résultats demeure enrichissante et offre des données exploitables.

Les entretiens qualitatifs mettent, quant à eux, d'autres contraintes en évidence. Il convient de souligner que l'échantillon de six entrepreneures interrogées ne peut être généralisé à toutes les entrepreneures bruxelloises. Cependant, leurs récits soulèvent des points de discussion très intéressants. Les entretiens qualitatifs avec les représentantes de réseaux ou de programmes ont également une limite intrinsèque. Ces derniers tendent à promouvoir leurs structures et peuvent ne pas donner une vision totalement neutre.

Par ailleurs, il est nécessaire de considérer que certaines conclusions issues de l'observation directe sur le terrain pourraient avoir été formulées de manière subjective. L'observation ne permet pas de tout percevoir ni de tout saisir mais permet toutefois de retirer des éléments pertinents et concrets. Les programmes d'accompagnement examinés ont leurs propres contraintes comme les biais de sélection des participantes et les difficultés d'évaluer l'effet des programmes sur les bénéficiaires. En outre, la présence d'un observateur/trice peut avoir perturbé les échanges naturels entre les participantes, ce qui peut avoir un impact sur les résultats de l'analyse.

Dans le cadre de ce mémoire, il est également important de souligner deux limites importantes qui ont empêché d'approfondir les recherches sur le territoire bruxellois. Premièrement, comparer les entrepreneur(e)s hommes et femmes bruxellois(es) s'est avéré difficile. La spécificité et la limitation géographique ont rendu la tâche plus ardue, car il n'a pas été possible de trouver des études comparatives pertinentes. Les membres des structures d'accompagnement interrogées relatent que les données disponibles sont souvent trop générales ou ne couvrent pas des aspects aussi spécifiques que ceux parfois envisagés dans ce mémoire.

La deuxième limite concerne l'entrepreneuriat féminin informel bruxellois. Bien qu'il ait été souhaité d'approfondir ce sujet, les informations disponibles et accessibles sont très limitées voire introuvables. Les trois structures d'accompagnement contactées ont toutes indiqué qu'elles ne disposaient pas de ce type d'informations car ces données n'existent pas. Ce manque d'informations constitue une limite à la compréhension complète de l'écosystème de l'entrepreneuriat féminin bruxellois.

Enfin, alors que le travail de recherche exige une certaine distance critique et un esprit analytique, il est possible qu'une perspective parfois moins neutre ait été adoptée. Par exemple, cela peut être dû à l'interprétation subjective des observations de terrain et des analyses effectuées. Tout de même, ce travail aspire à adopter une approche aussi objective que possible malgré les défis inhérents à toute étude, il reste certain que cette étude offre des perspectives précieuses pour les futures recherches dans ce domaine.

## CHAPITRE 5 : Discussions, pistes de réflexion et recommandations

Après une étude approfondie et prolongée sur le thème de l'entrepreneuriat féminin à travers de nombreuses lectures académiques pour comprendre la théorie développée autour du sujet ainsi que de multiples entretiens qualitatifs pour saisir la réalité à Bruxelles, plusieurs sujets de discussion pertinents ont émergé. Ces points, riches en interrogations et en pistes de réflexion, constituent des thèmes particulièrement intéressants et méritent une exploration plus poussée.

Ce cinquième chapitre traite de sujets importants et parfois nouveaux qui n'ont pas été traités dans les sections précédentes. Ces informations, même si elles sont nouvelles, sont particulièrement pertinentes pour une compréhension entière du sujet. Elles mettent en évidence des éléments clés et offrent des points de vue supplémentaires qui enrichissent l'analyse globale afin d'avoir une perspective plus large et nuancée des enjeux étudiés. C'est pourquoi, il a été jugé pertinent d'explorer les thématiques suivantes :

- L'entrepreneuriat : nécessité ou passion ?
- La peur de réussir
- L'entrepreneuriat féminin durable
- L'entrepreneuriat féminin : au de-là des entreprises fondées par des femmes
- Banque : un manque de statistiques genrées
- L'importance des résultats non économiques
- La prolifération des structures bruxelloises destinées aux femmes entrepreneures
- Les normes culturelles

Ces différents points clés qui, même s'ils ne semblent pas être liés à première vue, méritent chacun une attention particulière. Ils offrent non seulement une vision enrichie et diversifiée du sujet traité, mais aussi provoquent des interrogations et proposent des recommandations.

### 1. Entrepreneuriat : nécessité ou passion ?

Au cours de la conversation avec Juliette Bodson<sup>12</sup>, elle a abordé une question intéressante : celle de l'entrepreneuriat par nécessité et de l'entrepreneuriat par passion. Ce débat fait référence à la partie théorique évoquée au préalable, où les facteurs « push » (poussant à entreprendre par nécessité) et les facteurs « pull » (attirant vers l'entrepreneuriat par opportunité et passion) ont été étudiés (cf. supra p. 28) (Shapero, 1975 ; Shapero & Sokol, 1982). Juliette Bodson a mis l'accent sur la différence entre ces deux concepts. Elle a mis en évidence le fait que l'entrepreneuriat qui est motivé par une véritable passion pour le domaine en question a un impact important sur le succès (Bodson, 2024).

---

<sup>12</sup> Fondatrice de *la Kifpreneure Academy (Chenille Papillon)* qui propose un programme en ligne qui offre tout ce dont une entrepreneure a besoin pour découvrir, comprendre et appliquer les 7 piliers du business façon Kifpreneure.

### 1.1. Approches distinctes

La distinction entre être « poussée » vers l'entrepreneuriat par nécessité et être « tirée » par une véritable passion pour l'entrepreneuriat est l'un des points saillants qui a émergé des entretiens et de la théorie. Cette différence pose des interrogations essentielles concernant les motivations profondes des femmes entrepreneures et l'influence de ces motivations sur leur réussite. Il est intéressant de se questionner sur la nature réelle de la motivation, qu'elle soit passionnée ou dictée par la nécessité, qui fonde l'engagement entrepreneurial avant de concevoir tout projet. Il est également important de comprendre et de mesurer si cette différence de motivation impacte sur la réussite entrepreneuriale.

Selon l'étude « Eurochambres Women Network Survey 2023: A Picture of Female Entrepreneurship » mentionnée par Juliette Bodson (2024) lors de l'entretien, 80 % des femmes interrogées provenant de 24 pays de l'UE et des pays voisins choisissent de s'engager dans l'entrepreneuriat par « obligation » car elles sont poussées vers l'entrepreneuriat (Eurochambres, 2023). Cette situation souligne le fait qu'elles sont souvent contraintes de devenir entrepreneures afin de concilier leurs responsabilités professionnelles et familiales, tout en étant confrontées à des contraintes économiques (Eurochambres, 2023). À titre d'exemple, beaucoup de femmes sont obligées de devenir indépendantes car les possibilités d'emploi stable dans leur domaine sont rares et souvent incompatibles avec un équilibre familial sain économiques (Eurochambres, 2023). Ce cas est plus le résultat d'une nécessité que le résultat d'un choix délibéré et passionné. Ce phénomène est également observable à l'échelle mondiale, notamment dans de nombreux pays en développement où les femmes se tournent vers l'entrepreneuriat par manque d'autres moyens de subsistance économiques (Eurochambres, 2023). Il est important de comprendre que cette *réalité mondiale* met en évidence le caractère souvent incontournable de l'entrepreneuriat, le présentant davantage comme un dernier recours que comme une aspiration née d'une véritable passion (Eurochambres, 2023).

En contrepartie, cette étude fait ressortir que peu de femmes (20%) sont tirées vers l'entrepreneuriat en raison de leur réelle passion pour l'entrepreneuriat lui-même ainsi que pour l'innovation et la créativité qu'il sous-tend (Bodson, 2024). Ce qui signifie de manière implicite, que 80% des femmes se lancent dans l'entrepreneuriat parce qu'il représente la seule voie pour concrétiser leur projet, et non par un désir premier d'être entrepreneure.

Pendant ces échanges, Juliette Bodson explique que parmi les 25 femmes présentes lors d'une réunion, les cinq d'entre elles qui ont connu le plus de succès étaient celles qui étaient motivées par cette passion pour l'entrepreneuriat. Selon elles, l'idée de devenir entrepreneure est motivée par un profond désir de créer quelque chose de nouveau, de créer une entreprise et de relever les défis associés (Bodson, 2024). Ces femmes entrepreneures sont proactives : elles commencent par d'abord se dire qu'elles veulent entreprendre et puis élaborer une idée et la mettre en œuvre (Bodson, 2024). Cette approche est totalement différente de celle des femmes « poussées » vers l'entrepreneuriat, qui choisissent d'abord une activité car elles savent peindre ou créer x chose et se lancent ensuite dans l'entrepreneuriat parce que c'est la seule voie qui leur permette d'exercer cette activité (Bodson, 2024 ; Tilquin, 2024). Les femmes passionnées par l'entrepreneuriat ont tendance à développer une envie innée d'entreprendre car elles sont

intrinsèquement motivées par le processus entrepreneurial lui-même et sont déjà conscientes de ce que celui-ci représente avec les compétences nécessaires pour y arriver (communiquer, mettre en place une stratégie marketing, définir son client cible, engager du personnel, traiter avec des partenaires, etc) (Bodson, 2024).

Cette réflexion a révélé une compréhension clé : il est primordial d'être avant tout passionné(e) par l'entrepreneuriat pour gagner du temps et progresser rapidement dans les étapes entrepreneuriales (Bodson, 2024). Selon Bodson (2024), les entrepreneur(e)s qui sont passionné(e)s par l'entrepreneuriat témoignent d'une plus grande résilience, ce qui peut entraîner de meilleurs résultats et une satisfaction personnelle accrue tout au long de leur parcours entrepreneurial.

Comme nous l'avons observé, les motivations des femmes entrepreneures diffèrent selon le contexte dans lequel elles évoluent et les réalités socio-économiques propres à leur pays. Dans certaines sociétés, l'entrepreneuriat est perçu comme une manière de s'échapper aux contraintes économiques et aux problèmes de conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle. Dans ce contexte, les femmes sont souvent incitées à entreprendre par des facteurs externes comme le manque d'emplois stables (Eurochambres, 2023). Cependant, dans d'autres contextes, l'entrepreneuriat est considéré comme une façon de faire preuve de passion, permettant de créer quelque chose de nouveau ou de concrétiser un avenir entrepreneurial (Eurochambres, 2023).

## 1.2. Pistes de réflexion et recommandations

Tout d'abord, il est important de saisir que les différences de motivation influencent le contenu et l'approche que proposent les divers réseaux et programmes d'accompagnement envers les femmes entrepreneures. L'analyse des différentes raisons qui poussent les femmes à s'investir dans l'entrepreneuriat permet de concevoir des aides plus adaptées à leurs besoins spécifiques.

Pour les femmes poussées vers l'entrepreneuriat par nécessité, il serait essentiel de mettre en œuvre des initiatives qui fournissent un soutien concret et immédiat. Ce constat révèle que, n'étant pas initialement motivées par une passion pour l'entrepreneuriat, ces femmes peuvent présenter des lacunes en termes de savoir-faire et de compétences entrepreneuriales par rapport à celles qui sont intrinsèquement passionnées par ce domaine et qui disposent ainsi d'un avantage (Bodson, 2024). Il serait bénéfique pour ces entrepreneures de suivre des formations en gestion entrepreneuriale, telles que des cours en finance, en développement des compétences pratiques, comme la gestion de projet, la stratégie commerciale mais également des cours en marketing, en communication, gestion du personnel, etc, afin d'acquérir les bases essentielles de l'entrepreneuriat. En outre, des prestations telles que la garde d'enfants subventionnée pourraient compenser les responsabilités personnelles et permettre aux femmes de se concentrer davantage sur l'expansion de leur activité.

D'autre part, qu'elles se lancent par passion ou par nécessité, les femmes entrepreneures recherchent fréquemment des environnements favorables à l'innovation et à la créativité. Ces femmes d'affaires profitent énormément des réseaux et des programmes qui stimulent leurs

idées comme l'ont affirmé les entrepreneures interviewées (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024). Ces femmes seraient davantage attirées par les initiatives qui proposent des occasions de mentorat, des ateliers de développement de compétences avancées et des plateformes pour échanger des idées novatrices (Mulowa, 2024). Il serait judicieux pour elles de trouver des environnements collaboratifs où elles peuvent trouver l'inspiration et le soutien dont elles ont besoin pour concrétiser leurs idées entrepreneuriales.

Il convient toutefois de souligner que ces deux types de motivations ne sont pas forcément exclusifs les uns des autres. Il est possible qu'une femme qui se lance dans l'entrepreneuriat par nécessité soit passionnée par cette voie, tout comme une femme motivée par la passion peut faire face à des défis qui testent sa résilience et sa détermination.

Pour l'avenir, la mise place des programmes et des politiques qui prennent en compte cette variété de motivations et qui offrent un soutien adapté à chaque situation est importante. Ainsi, reconnaître et prendre conscience de *l'hétérogénéité* au sein de l'entrepreneuriat féminin permettra de développer davantage des programmes qui répondent le plus précisément possible aux besoins individuels de chacune. Il est également nécessaire de poursuivre et de promouvoir les études sur les motivations des femmes entrepreneures et leurs conséquences à long terme. Ces recherches fournissent des informations précieuses sur l'impact des motivations initiales sur le parcours entrepreneurial des femmes, ce qui permettrait de perfectionner les programmes de soutien et de favoriser un environnement plus propice à la diversité et à l'innovation dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin bruxellois. Il est possible de promouvoir un milieu plus inclusif et dynamique en prenant en considération et en répondant aux diverses motivations des entrepreneures bruxelloises.

## 2. La peur de réussir

Le deuxième point qui a été intéressant de mettre en avant est la peur de réussir. En effet, lors de l'entretien avec Juliette Bodson, bien que la peur de l'échec des femmes entrepreneures soit fréquemment évoquée, il est moins courant de discuter de la peur de la réussite (Bodson, 2024). Pourtant, cette peur peut être tout aussi paralysante. La réussite peut entraîner des responsabilités accrues, des changements de perception sociale, et des conflits internes (Bodson, 2024). Après avoir abordé ce sujet lors des entretiens, il a semblé intéressant de le partager car il s'agit d'une approche différente et moins explorée de l'entrepreneuriat.

La crainte du succès se traduit fréquemment par une peur des répercussions positives de ses actions (ALLEYSSON, 2011). En se connectant à leur souhait de réussite et en prenant des mesures pour le réaliser, les personnes peuvent ressentir une certaine peur (ALLEYSSON, 2011). Il est fréquent de voir cette peur liée à la confrontation avec leurs propres compétences et à l'idée de ne pas être à la hauteur des attentes à venir (ALLEYSSON, 2011). Elle se concentre surtout sur l'avenir, prévoyant des risques et des obstacles à surmonter (ALLEYSSON, 2011). Ce genre de crainte requiert une gestion proactive et une préparation appropriée afin de la surmonter (ALLEYSSON, 2011).

Différents éléments peuvent influencer la peur de réussir dans l'entrepreneuriat féminin et viennent fausser la vision de ce que représente l'entrepreneuriat comme la perception du temps et de l'engagement nécessaire (Bodson, 2024). Le succès est considéré par de nombreuses femmes comme nécessitant des sacrifices en termes de temps et d'efforts excessifs (Bodson, 2024). En outre, il y a une crainte des jugements ou des critiques de la famille, des amis ou de la société, surtout lorsque les réussites dépassent celles de leur entourage, ce qui entraîne un déséquilibre dans les relations personnelles, en particulier si la réussite financière ou professionnelle dépasse celle de leurs proches (Bodson, 2024).

Cela nous amène à soulever le stéréotype traditionnel qui persiste à propos de l'entrepreneuriat : l'idée qu'il faut travailler plus pour gagner davantage (Bodson, 2024). Au cours de l'entretien, Juliette Bodson a mis en évidence que les discours dominants dans la société, portés par des personnalités influentes, renforcent l'idée que le succès nécessite des sacrifices considérables en termes de temps et d'énergie. Toutefois, cette vision est contestée. D'après les échanges, certaines entrepreneures parviennent à réussir en travaillant de manière astucieuse plutôt qu'excessive, ce qui suggère qu'une gestion du temps efficace peut favoriser un équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

## 2.1. Pistes de réflexion et recommandations

À ce stade, il serait intéressant de revoir la manière dont le travail la gestion du temps sont perçus pour soutenir l'entrepreneuriat féminin. La promotion d'une approche axée sur l'efficacité plutôt que sur la quantité serait essentielle (Bodson, 2024). Comme le souligne Juliette Bodson dans l'entretien, une gestion adéquate permet de travailler de manière efficace pendant un certain nombre d'heures sans se surcharger. Elle précise : « Je travaille rarement plus de 10 heures par semaine, alors que les emplois salariés exigent généralement entre 38 et 40 heures. Cela montre qu'il est possible de gérer son entreprise autrement. Il ne s'agit pas nécessairement de travailler plus, mais beaucoup de gens ont peur de réussir en raison du facteur temps associé à cette réussite » (Bodson, 2024, p. 185). Les programmes d'accompagnement et/ou les formations pourraient davantage mettre cet aspect en valeur au vu de son importance et son impact non négligeable (Deroo, 2022).

En outre, il est primordial d'inciter les entrepreneures à établir leurs propres critères de succès, en rompant avec les stéréotypes classiques. Par exemple, la valorisation de modèles de succès d'entrepreneures est un puissant moteur d'inspiration pour les femmes entrepreneures. Ces récits deviennent à la fois motivants et réalistes en présentant les trajectoires de femmes qui ont réussi tout en maintenant un équilibre de vie. De plus, l'exposition d'exemples concrets de gestion novatrice du temps et la connexion avec des entrepreneures qui les mettent en œuvre permettraient de partager leurs visions et leurs pratiques.

Enfin, une autre recommandation, proposée par nos soins sur base des échanges avec Aurélie Mulowa<sup>13</sup>, pourrait consister à créer des espaces dédiés à la célébration des réussites. Par

---

<sup>13</sup> Fondatrice de BELGIAN Entrepreneures qui a été créé pour soutenir les petites dirigeantes d'entreprises durant la crise du Covid-19, pour proposer une offre plus variée aux consommat. eur. rice. s belges et pour ouvrir l'horizon des possibles pour les jeunes entrepreneures noires de demain.

exemple, une plateforme qui leur permettrait de se rassembler afin de partager leurs accomplissements et de se soutenir mutuellement. Comme l'indique la théorie, ces lieux jouent un rôle déterminant dans l'épanouissement et le développement de la communauté des entrepreneures en créant un cadre positif et inspirant où les femmes peuvent se sentir reconnues et soutenues (Santoni & Barth, 2014). La célébration des réussites individuelles et collectives permet non seulement de reconnaître l'effort et les réussites des entrepreneures, mais aussi de susciter un sentiment de solidarité et d'appartenance au sein de la communauté (Santoni & Barth, 2014). En outre, ces occasions de célébration peuvent servir d'inspiration et de motivation pour d'autres femmes qui souhaitent s'engager dans l'entrepreneuriat, en leur démontrant de manière concrète les possibilités et en leur proposant des exemples de succès à suivre (Santoni & Barth, 2014). Cela joue un rôle important dans la création d'un environnement favorable à l'épanouissement et à la croissance des femmes entrepreneures.

### 3. Entrepreneuriat féminin durable

En troisième lieu, un point souvent évoqué lors des entretiens est le lien entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat durable. Parmi les six entrepreneures interrogées, trois ont affirmé développer des projets visant à répondre des enjeux environnementaux (Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Jemine, 2024). Cet aspect a également été discuté lors des entretiens avec diverses structures (Bodson, 2024, Bonnier & Kamali, 2024 ; Tilquin, 2024 ; Legrand, 2024). Les femmes membres expriment fréquemment le souhait de créer des projets ayant un impact positif sur l'environnement et/ou la société. Il a semblé pertinent d'approfondir ce sujet, qui se révélerait prometteur pour l'avenir.

#### 3.1. Au croisement de l'entrepreneuriat féminin et durable

L'intersection entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat durable à Bruxelles représente un point de convergence dynamique et prometteur. En effet, via sa stratégie de Shifting Economy, Bruxelles cherche activement à transformer son économie vers un modèle plus durable et inclusif (shiftingeconomy.brussels, 2022).

De nombreuses femmes entrepreneures partagent leurs expériences, ainsi que les programmes d'accompagnement, qui témoignent davantage d'un engagement profond des femmes entrepreneures envers des valeurs écologiques et sociales (Jemine, 2024 ; Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Legrand, 2024 ; De Backer, 2024). Cet engagement peut découler d'une prise de conscience personnelle et urgente de la crise environnementale ou tout simplement d'une volonté innée d'entreprendre en accord avec ses principes (Jemine, 2024 ; Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Legrand, 2024). Cette convergence ne se limite pas à une tendance, mais constitue en réalité une exigence pour bâtir un avenir plus durable et juste.

Pour beaucoup d'entre elles, le chemin vers l'entrepreneuriat durable débute par une prise de conscience écologique. À titre de témoignage, Marie Jemine explique qu'elle a eu cette réalisation lorsqu'elle était enceinte (Jemine, 2024). Elle craignait un avenir sombre pour son enfant et s'est vue choisir de quitter un emploi polluant pour s'engager dans un domaine plus responsable (Jemine, 2024). Souvent, cette transition est caractérisée par une volonté de

redonner une signification à son travail, en faisant correspondre son activité professionnelle à ses valeurs personnelles (Jemine, 2024). La quête de cet équilibre devient un moteur, même si elle peut parfois émerger d'une situation de détresse, comme un burn-out (Jemine, 2024).

Toutefois, cette volonté d'entreprendre naît également chez celles qui souhaitent fonder une entreprise liée aux problématiques environnementales ou sociales, ou qui veulent mettre en place des pratiques écologiques déjà présentes dans leur vie quotidienne (Aksakoglu, 2024). Les entrepreneures aspirent à fonder des entreprises qui connaissent une croissance économique tout en ayant un effet bénéfique sur la société et l'avenir. C'est un élément essentiel pour saisir pourquoi de nombreuses femmes se lancent dans des domaines tels que l'économie circulaire, la fabrication de produits respectueux de l'environnement et les services communautaires (Jemine, 2024 ; Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Legrand, 2024). C'est une quête d'épanouissement professionnel qui tient compte de l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle, même si cela peut parfois entraîner des revenus plus faibles (Legrand, 2024).

Par exemple, lors de l'entretien avec Marie Jemine, entrepreneure qui propose des alternatives de bœufs pour le secteur de l'Horeca, il est apparu clairement qu'elle a bien plus de clientes femmes que d'hommes qui sont disposées à investir davantage pour adopter des solutions durables (Jemine, 2024). Cela souligne que les femmes sembleraient plus sensibilisées à l'impact de leur activité sur l'environnement et la société, même si cela entraîne un coût supplémentaire (Jemine, 2024). Cependant, il est important de mentionner que cette observation manque de données suffisantes pour être prouvée de manière concluante et nécessiterait des preuves supplémentaires pour être totalement confirmée.

### 3.2. Pistes de réflexion et recommandations

Premièrement, il est important de souligner que le financement de l'entrepreneuriat féminin et durable constitue un double obstacle pour les femmes entrepreneures : le fait d'être une femme et le secteur de la durabilité qui ne bénéficie pas toujours d'un accès facile aux crédits (Ugaz Estrada & Schubert, 2022). Il s'agit fréquemment d'un domaine considéré comme peu lucratif et donc sous-estimé (Ugaz Estrada & Schubert, 2022). En effet, les disparités remarquables entre hommes et femmes en ce qui concerne la taille des entreprises et l'accès au financement sont également souvent associées à la faible participation des femmes dans les secteurs qui favorisent la croissance tels que celui de l'industrie, la technologie, l'informatique, l'électronique, la machinerie et les équipements de transport, ce qui entraîne des investissements plus importants (Ugaz Estrada & Schubert, 2022).

Toutefois, au lieu de se concentrer sur les entreprises à grand essor, il serait plus avisé de soutenir les petites et moyennes entreprises dirigées par des femmes dans des domaines prometteurs pour notre environnement et notre société. Investir dans l'entrepreneuriat féminin est indispensable pour atteindre les objectifs sociaux et environnementaux établis (Ugaz Estrada & Schubert, 2022). Si nous voulons promouvoir les initiatives qui combattent la crise climatique, il est primordial de favoriser chaque ressource humaine, y compris celle des femmes, d'autant plus qu'il a été mentionné que celles-ci éprouvent une tendance plus marquée à privilégier les objectifs sociaux et environnementaux que les hommes (Ugaz Estrada & Schubert, 2022). De



plus, faciliter l'accès aux financements pour les femmes qui sont entrepreneures dans le domaine de la durabilité devrait être tout aussi prioritaire. Ainsi, les préjugés dans les processus de financement devraient être supprimés et des critères qui mettent en évidence l'impact social et environnemental des créations devraient être privilégiés. En outre, la création de fonds dédiés pour soutenir l'entrepreneuriat féminin durable encouragerait l'investissement dans des projets significatifs. Cela permettrait de reconnaître à la fois la valeur de ces initiatives et de soutenir leur évolution à long terme.

Deuxièmement, le lien entre entrepreneuriat féminin et durable sous-tend le développement d'une société plus inclusive et verte qui est encore trop souvent sous-estimé (Ugaz Estrada & Schuber, 2022). De ce fait, il est important de mettre l'accent sur les initiatives visant à soutenir les femmes entrepreneures qui mettent en place des stratégies commerciales qui contribuent à l'atteinte des objectifs climatiques et sociaux (Ugaz Estrada & Schuber, 2022). Il est nécessaire d'avoir un soutien et une préparation appropriés afin de convertir cette volonté de changement en projets viables et durables. Des structures de programmes d'accompagnement spécifiquement axés sur l'entrepreneuriat féminin et durable seraient intéressants.

Il serait bénéfique de proposer des programmes de formation et de mentorat spécifiquement conçus pour les femmes, afin de renforcer leurs compétences en entrepreneuriat et leur capacité à gérer des entreprises durables. Ces programmes pourraient assister les entrepreneures dans la transformation de leurs idées en entreprises viables et durables en leur offrant des ressources et des conseils concrets, tout en les préparant à relever les défis uniques qu'elles peuvent affronter.

De plus, cela favoriserait une culture plus inclusive afin de mettre en valeur les contributions des femmes dans l'économie durable. Il est important de sensibiliser les investisseurs et les décideurs politiques des bénéfices de promouvoir l'entrepreneuriat féminin durable. En soutenant les accomplissements des femmes entrepreneures dans ce domaine, nous avons la capacité de susciter l'inspiration chez d'autres femmes pour suivre cette voie, tout en modifiant les perceptions et les attitudes envers l'entrepreneuriat féminin et durable.

Enfin, il est extrêmement intéressant de mettre en relation l'entrepreneuriat féminin dans un premier temps et durable dans un second temps avec la Shifting Economy, le plan de transition économique à Bruxelles. La transition économique peut se définir comme « la transformation progressive des activités économiques bruxelloises dans la perspective de contribuer aux défis sociaux et environnementaux locaux et globaux ainsi qu'à la création et au maintien d'emploi de qualité pour les Bruxellois. Pour permettre cette transformation, les soutiens économiques seront réorientés afin que l'activité économique soit réancrée territorialement et ait une finalité sociétale » (shiftingeconomy.brussels, 2022, p. 8). L'entrepreneuriat féminin et s'il est durable en plus s'inscrit parfaitement dans cette transition.

Grâce à leur approche axée sur la durabilité, les entrepreneures encouragent l'apparition de solutions innovantes pour les défis actuels, ce qui contribue à transformer l'économie. Le développement de l'entrepreneuriat féminin et celui de l'entrepreneuriat durable offrent des perspectives économiques aux femmes, souvent exclues du marché du travail. En incitant à les

impliquer activement dans l'économie, cela permettrait une plus grande intégration sociale et diminuerait les inégalités de genre au sein de l'entrepreneuriat et du monde du travail en général.

L'entrepreneuriat féminin durable remet en cause les modèles économiques traditionnels qui se concentrent exclusivement sur le bénéfice. Bien qu'elle ait été réalisée à Montréal au Canada, l'étude « Développement durable et PME : les femmes ont-elles une conception différente de celle des hommes ? » révèle que le genre influence clairement les priorités établies par les entrepreneur(e)s (St-Pierre et al., 2011). Les résultats montrent un intérêt plus marqué des femmes pour les objectifs socio-environnementaux par rapport aux hommes (St-Pierre et al., 2011). Les femmes accorderaient une importance plus élevée que les hommes à plusieurs aspects clés tels que la création d'un cadre de travail et des conditions favorables et la mise en place de bonnes pratiques environnementales (sélection des fournisseurs, préservation de l'environnement, directives internes, etc) (St-Pierre et al., 2011).

En mettant l'accent sur les principes sociaux et environnementaux, l'entrepreneuriat féminin durable incite à une évolution vers une économie plus éthique et durable. De cette manière, promouvoir l'entrepreneuriat féminin durable présenterait des avantages non seulement pour les femmes entrepreneures et la société dans son ensemble, mais il revêtirait également une importance capitale pour favoriser la transition vers une économie plus juste, inclusive et durable.

#### 4. Entrepreneuriat féminin : au de-là des entreprises fondées par des femmes

Une autre interrogation intéressante et pertinente s'est posée lors des échanges avec les deux coordinatrices de hub.brussels : qu'est-ce qui fait réellement d'une entreprise une entreprise « féminine » ? S'agit-il du genre de ses fondateurs ou plutôt de son dévouement à l'égalité entre hommes et femmes ? (Bonnier & Kamali, 2024). Au cœur de cette réflexion se trouve la véritable essence de l'engagement envers l'égalité des genres au sein de l'entreprise. Autrement dit, une entreprise peut être « féminine » non pas parce que ses fondateurs sont des femmes, mais parce qu'elle s'engage activement à promouvoir l'égalité entre les genres dans toutes ses dimensions (Bonnier & Kamali, 2024).

##### 4.1. Pistes de réflexion et recommandations

Un exemple intéressant mentionné lors de l'entretien est celui d'une société fondée par des hommes pour résoudre un problème spécifiquement féminin tel que l'allaitement (Bonnier & Kamali, 2024). Cette situation soulève la question de la reconnaissance des initiatives visant à promouvoir l'égalité des genres dans le domaine de l'entreprise. Plutôt que de se contenter de la diversité des genres parmi les fondateurs, il serait peut-être intéressant de prendre en compte l'effet concret de l'entreprise sur la promotion de l'égalité des genres. Cela nécessiterait de dépasser les apparences et d'approfondir l'analyse afin d'évaluer comment l'entreprise intègre

l'égalité des genres dans ses pratiques commerciales, ses politiques internes et ses valeurs fondamentales.

Cette réflexion nous inciterait à revoir l'entrepreneuriat féminin dans son ensemble. Effectivement, les hommes peuvent également contribuer à promouvoir l'égalité entre les genres. Comment construire des entreprises qui intègrent l'égalité des genres comme une valeur essentielle dans leur ADN ? Cette approche ouvrirait la voie à une redéfinition de l'entrepreneuriat féminin<sup>14</sup>, élargissant ainsi la vision et encourageant une participation plus multiple. Cela impliquerait non seulement de dépasser les aspects de genre liés à l'entrepreneuriat, mais aussi d'intégrer les activités spécifiques réalisées par l'entreprise concernée. Ainsi, il serait essentiel de concevoir des outils d'évaluation plus complets qui dépasseraient les simples statistiques sur le genre des fondateurs. Ces outils pourraient être utilisés afin d'évaluer de façon précise et subtile l'impact concret d'une entreprise sur la parité genre.

En réévaluant ainsi notre vision de l'entrepreneuriat féminin, nous pourrions encourager une culture entrepreneuriale plus inclusive où chaque entreprise, indépendamment du genre de ses fondateurs, s'investirait pleinement dans la promotion de l'égalité des genres. Un tel changement de perspective pourrait accroître les effets positifs des entreprises sur l'entrepreneuriat féminin et sur la société dans son ensemble.

## 5. Banques : un manque de statistiques genrées

Le manque de données statistiques genrées sur l'octroi de crédit dans les banques est un constat important qui est souligné à plusieurs reprises lors des entretiens et qui mérite une attention particulière. L'absence de données chiffrées sur les refus préalables à la présentation des dossiers d'entrepreneures aux banques ou aux investisseurs est régulièrement évoquée (Bodson, 2024 ; Jemine, 2024 ; Bonnier & Kamali, 2024 ; Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique, 2023). En effet, en l'absence de ces données classées par genre, il est difficile d'évaluer de manière objective la situation et de mettre en place des politiques efficaces pour promouvoir l'égalité entre les sexes dans l'octroi de crédits (Jemine, 2017). Cependant, les données chiffrées disponibles au grand public jouent un rôle crucial dans la mise en place de politiques spécifiques en matière de genre.

Toutefois, il est important de souligner qu'il existe des initiatives en cours, en particulier dans les banques. Pendant la conversation avec Juliette Bodson, il a été mentionné que lors d'une réunion avec le Ministre des indépendants et des PME, David Clarinval, celui-ci a expliqué que

---

<sup>14</sup> Pour rappel, « *L'entrepreneuriat féminin* recouvre les initiatives de création de valeur et de développement économique portées par les femmes » (WIKICREA, 2023). « Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme la femme qui, seule ou avec un(e) ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante » (cité par Constantinidis, 2014, p. 287).

son cabinet travaille sur des projets de formation obligatoire dans les banques afin de mettre fin au dénigrement systématique des projets portés par des femmes par rapport à ceux portés par des hommes (Bodson, 2024). En effet, dans le rapport dédié à l'accès au financement des entrepreneuses, il explique avoir « fait de l'encouragement à l'entrepreneuriat féminin l'une de ses priorités de la législature » (Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique, 2023, p. 2). En outre, un nouvel appel à projets de l'Union européenne s'inscrit dans cette direction (Bodson, 2024).

Cependant, il est essentiel de saisir que mettre fin à plusieurs siècles de patriarcat, y compris ses dimensions transgénérationnelles, représente un défi majeur et qu'il est difficile de changer ses mentalités du jour au lendemain (Bodson, 2024). Les changements nécessaires à réaliser découlent de l'évolution de la société, où de plus en plus de femmes s'émancipent. Mais avant tout, pour véritablement stimuler l'essor de l'entrepreneuriat féminin, il serait primordial de commencer par améliorer la répartition des rôles domestiques.

Malheureusement, à l'heure actuelle, les statistiques demeurent encore très peu détaillées ce qui empêche d'obtenir des données réelles et représentatives (Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique, 2023). Ceci soulève des questions sur la manière dont les enveloppes budgétaires sont établies (Legrand, 2024). A ce niveau, il existe de nombreuses initiatives à mettre en place et il est évident qu'il serait crucial de réviser et de mettre à jour régulièrement les statistiques générées afin de progresser. Surtout qu'en finalité, on se rend compte que les femmes remboursent plus rapidement que les hommes (Bonnier & Kamali, 2024), ce qui devrait les rendre plus attractives pour les investisseurs. Par conséquent, Il serait essentiel de réexaminer les critères de financement afin de réduire ces disparités et de soutenir de manière efficace l'entrepreneuriat féminin.

Cette absence pose des interrogations essentielles et des inquiétudes majeures. Qu'est-ce qui empêche le secteur bancaire de recueillir des informations sur la parité des genres ? Est-ce en raison d'un manque de volonté, de moyens ou de négligence ? Comment pouvons-nous surmonter les obstacles à cette collecte ? De quelle manière les banques peuvent-elles accorder des prêts sans se baser sur des informations concrètes sur les emprunteurs, leur capacité à rembourser, leurs investissements et leurs réussites ? Et surtout, Quels sont les dangers d'une décision financière erronée en l'absence de ces informations ? Afin de résoudre ce problème, quelles sont les possibilités de solutions envisageables ? Comment promouvoir la collecte et la publication de données classées par genre par les banques ? Quels dispositifs de contrôle et de responsabilité peuvent assurer la collecte et l'utilisation de ces données afin de rendre compte des politiques et des pratiques bancaires ?

### 5.1. Pistes de réflexion et recommandations

Premièrement, Il serait indispensable de sensibiliser les acteurs du secteur bancaire à l'importance de collecter des données sur la parité des genres et de les exploiter lors de la prise de décision financière (Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des

indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique, 2023). Pour prendre des décisions justes et basées sur des informations concrètes et représentatives, il est nécessaire de mettre en place un environnement favorable à la collecte de données genrées afin de comprendre et d'interpréter ces chiffres.

Sur base de l'interview menée avec les coordinatrices de l'entrepreneuriat féminin chez hub.brussels, la mise en place de formations obligatoires dans les banques constituerait une initiative remarquable pour mettre un terme aux refus de financement envers les projets menés par des femmes par rapport à ceux des hommes. Il serait important que ces formations abordent non seulement les préjugés inconscients, mais également favorisent une culture d'inclusion et d'équité (Bonnier & Kamali, 2024). De plus, en instaurant des dispositifs de suivi et de contrôle, les banques seraient assurées de respecter ces nouvelles normes et de poursuivre leur évolution vers une prise de décision financière plus équitable.

Deuxièmement, ce point soulève l'importance de la transparence. Les banques devraient rendre publiquement compte de leurs initiatives visant à collecter des données sur la parité des genres et de leurs progrès dans ce domaine (Bonnier & Kamali, 2024). D'une part, cette transparence permettrait non seulement d'évaluer l'implication des banques dans la promotion de l'égalité des genres, mais également de rendre ces institutions plus responsables. Selon le rapport « Global gender gap index: world economic forum perspective », les banques pourraient montrer leur engagement à une distribution équitable des ressources financières en publiant régulièrement des rapports détaillés sur la répartition des financements accordés aux hommes et aux femmes, ainsi que sur les taux de réussite et de remboursement (Sharma et al., 2021). D'un autre côté, la transparence permettrait aux chercheurs, aux autorités de régulation et aux organisations, la possibilité de surveiller les pratiques des banques et de repérer les secteurs qui devraient être améliorés (Sharma et al., 2021). En outre, cela favoriserait une concurrence positive entre les institutions financières dans le but d'atteindre des standards plus élevés en matière de parité entre les genres (Sharma et al., 2021).

Ensuite, sur bases des propositions du groupe de la banque mondiale concernant les politiques thématiques sur le genre, il serait judicieux de collaborer entre les banques et les autorités réglementaires afin d'harmoniser les prises de décisions. Grâce à cette collaboration, les banques pourraient garantir que leurs pratiques soient en accord avec les objectifs de transparence et d'égalité des genres établis par les régulateurs (Bonfert et al., 2023). Pour faciliter la comparaison et l'analyse des informations à l'échelle régionale et même nationale, les autorités pourraient établir un cadre clair et des critères uniformes pour la collecte de ces données (Bonfert et al., 2023).

Enfin, il serait envisageable de mettre en place des mesures incitatives financières pour stimuler l'implication des banques dans la collecte et la publication de données sur la parité des genres (Bonfert et al., 2023). Par exemple, les gouvernements pourraient accorder des avantages fiscaux aux banques qui s'engagent activement à promouvoir l'égalité des genres à travers leurs pratiques de crédit et de collecte de données. Les banques pourraient également bénéficier de subventions pour développer des systèmes et des infrastructures nécessaires à la collecte et à l'analyse de ces données genrées (Bonfert et al., 2023).

## 6. Importance des résultats non économiques

Bien trop souvent, les études évaluent les entreprises sur base d'indicateurs économiques tels que la rentabilité, la croissance ou la pérennité. Cependant, nous avons pu relever que les facteurs non économiques jouent un rôle prédominant dans le succès des femmes entrepreneures (Jemine, 2024 ; Aksakoglu, 2024 ; Duvivier, 2024 ; Legrand, 2024 ; Mulowa, 2024 ; Hanisz, 2024). Des éléments tels que la confiance de soi, l'équilibre entre vie professionnelle et privée, le rôle au sein de la communauté, etc, sont des aspects clés des attentes des femmes vis-à-vis de leurs entreprises.

### 6.1. Pistes de réflexion et recommandations

C'est pourquoi, explorer et approfondir davantage les recherches de ces résultats non économiques en les reliant aux divers contextes sociaux et culturels représenterait une direction prometteuse pour les recherches futures. Bien que les résultats non économiques soient souvent négligés dans la littérature en raison des difficultés de mesure, ils demeurent essentiels pour meilleure compréhension et approche de l'entrepreneuriat féminin.

## 7. Prolifération des structures bruxelloises destinées aux femmes entrepreneures

Comme nous l'avons vu précédemment, Bruxelles propose un large choix de réseaux et de programme d'accompagnements envers les femmes entrepreneures (Bonnier & Kamali, 2024). Face à cette prolifération de structures, il serait peut-être intéressant d'organiser le paysage pour garantir une évaluation adéquate du professionnalisme et de l'efficacité de chaque entité.

### 7.1. Pistes de réflexion et recommandations

Le but serait de fournir et privilégier des programmes d'accompagnement de qualité plutôt que de viser la quantité d'offre. Comme une des entrepreneures me l'a partagé, tous les programmes ne sont pas toujours bien pensés et mis en place et nécessiteraient une révision approfondie (Jemine, 2024).

De plus, ces programmes doivent être adaptés le plus possible aux besoins réels des entrepreneures bruxelloises et offrir un soutien et un suivi continu jusqu'à ce qu'elles acquièrent un niveau d'autonomie suffisant (Bonnier & Kamali, 2024). Par conséquent, il serait nécessaire de développer des programmes sur mesure en distinguant clairement les personnes chargées de l'accompagnement et celles qui sont responsables de la conception et de la mise en œuvre des programmes.

En outre, la création de dispositifs d'accompagnement efficaces nécessite un personnel doté d'une expertise diversifiée et complémentaire (Bonnier & Kamali, 2024). Il serait donc indispensable de former et de recruter des professionnels qualifiés, compétents et capables de répondre aux besoins spécifiques des entrepreneures (Bonnier & Kamali, 2024).

Enfin, il apparaît essentiel que les programmes d'accompagnement puissent offrir un soutien financier et administratif solide aux entrepreneures. Cela nécessiterait la mise en place de plans financiers robustes, des business plans et de savoir naviguer dans le paysage des financements, tout en étant préparé à gérer les exigences administratives associées aux subventions (Bodson, 2024 ; De Backer, 2024).

## 8. Normes culturelles

Les normes culturelles continuent d'influencer la perception de la société envers les femmes entrepreneures ainsi que leurs performances entrepreneuriales (Carranza et al., 2018), comme l'ont souligné plusieurs entrepreneures bruxelloises. Pour rappel, les normes culturelles font référence aux croyances et règles informelles qui impactent les comportements et les rôles des individus au sein de la société, ce qui engendre des conséquences sur les choix économiques et professionnels (Klugman et al., 2014).

### 8.1. Pistes de réflexion et recommandations

En premier lieu, comme l'a souligné l'entretien avec hub.brussels, il serait important de continuer à sensibiliser un maximum la société bruxelloise dès le plus jeune âge aux préjugés sexistes qui perdurent envers les femmes et qui, par conséquent, se répercutent sur l'entrepreneuriat féminin (Bonnier & Kamali, 2024). Des programmes éducatifs et des campagnes de sensibilisation pourraient contribuer à changer les attitudes, les modes de pensée, influençant ainsi la répartition des rôles au sein des ménages et favorisant une culture de soutien et d'acceptation envers les femmes entrepreneures.

Ensuite, l'expérience au sein du WomenLab a prouvé que la présentation d'exemples de femmes entrepreneures pourrait constituer une source d'inspiration puissante pour d'autres femmes envisageant de se lancer dans l'entrepreneuriat (De Backer, 2024). En favorisant des événements de réseautage et des programmes de mentorat, il serait possible de favoriser ces échanges entre des entrepreneures expérimentées et novatrices.

Enfin, les échanges avec Marie Jemine ont mis en lumière la nécessité de reconnaître la charge disproportionnée qui pèse souvent les femmes en matière de responsabilités familiales. Pour relever ce défi majeur, il serait bénéfique de mettre en place des services de garde d'enfants abordables et accessibles ainsi que des politiques telles que des congés parentaux flexibles, afin de permettre aux femmes de se concentrer sur l'émancipation de leur entreprise sans ressentir un sentiment de culpabilité envers leur rôle de mère (Jemine, 2024).

En résumé, les recherches et les analyses permettent de formuler les principales recommandations suivantes, qui sont expliquées de manière plus approfondie ci-dessus :

### **Soutien et formation :**

1. Reconnaître la diversité des motivations et des défis et adapter les programmes de soutien aux motivations diverses des femmes (nécessité vs passion).
2. Proposer des formations en gestion financière et compétences pratiques pour celles qui sont principalement poussées par la nécessité d'entreprendre.
3. Mettre en œuvre des initiatives de soutien concret et immédiat comme la garde d'enfant subventionné ou à prix abordables ainsi que des politiques de congés parentaux flexibles.
4. Valoriser les modèles de réussite à titre d'exemples et d'inspirations pour les entrepreneures en devenir.
5. Valoriser des formations novatrices sur la gestion du temps.
6. Créer des espaces pour célébrer les réussites et favoriser le soutien mutuel entre entrepreneures.

### **Accès au financement :**

1. Faciliter l'accès aux financements pour les projets présentés par des femmes.
2. Supprimer les préjugés dans le processus de financement.
3. Sensibiliser les acteurs bancaires et investisseurs à l'importance de soutenir l'entrepreneuriat féminin et des statistiques genrées.
4. Mettre en place des formations obligatoires au sein des banques afin de cesser tout dénigrement envers un projet porté par des femmes.
5. Promouvoir la transparence et rendre compte publiquement des efforts et des progrès en matière d'égalité d'octroi de crédit.

### **Intégration et innovation :**

1. Mettre en relation l'entrepreneuriat féminin avec la stratégie de Shifting Economy à Bruxelles.
2. Utiliser des outils d'évaluation complets pour mesurer l'effet des entreprises sur l'égalité des genres.
3. Penser à redéfinir l'entrepreneuriat féminin et encourager une culture entrepreneuriale inclusive, indépendamment du genre des fondateurs.



4. Approfondir les recherches futures sur les résultats non économiques des femmes entrepreneures.

### **Sensibilisation et éducation :**

1. Recruter et former des professionnels qualifiés pour un accompagnement efficace.
2. Promouvoir une approche axée sur le professionnalisme et l'efficacité des structures d'aide bruxelloises plutôt que sur la quantité.
3. Reconnaître l'importance des valeurs écologiques et sociales dans l'entrepreneuriat féminin bruxellois.
4. Soutenir les PME dirigées par des femmes dans des domaines environnementaux et sociaux.
5. Sensibiliser dès le plus jeune âge aux préjugés sexistes.

## CHAPITRE 6 : Conclusion

L'entrepreneuriat féminin, bien plus qu'une simple activité économique, est un véritable levier de transformation sociale. À l'intersection de l'innovation et de l'émancipation, il ouvre des perspectives nouvelles et surprenantes, redéfinissant non seulement le rôle des femmes dans l'économie, mais aussi la structure même de nos sociétés. En passant du contexte international à la réalité bruxelloise, ce mémoire a étudié cette dynamique, soulignant les différentes facettes de l'entrepreneuriat féminin : ses motivations profondes, ses défis persistants, ainsi que ses opportunités. Ce mémoire a cherché à dévoiler les aspects révélateurs de l'entrepreneuriat féminin en mettant en évidence une vérité essentielle : les femmes entrepreneures ne forment pas un groupe homogène mais bien une constellation d'individus aux parcours, motivations, aspirations et défis différents et propres à chacune qui souligne l'importance d'une approche subtile et ciblée.

Les femmes entreprennent pour différentes raisons et sont motivées par une combinaison de facteurs personnels et professionnels : la recherche d'indépendance financière, la réalisation de passions personnelles, le souhait d'indépendance et de réalisation de soi, le besoin de flexibilité, la nécessité économique et le désir d'être elles-mêmes leur patron. Ces motivations font face à des obstacles particuliers, comme l'accès aux financements, les problèmes de conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle, la charge mentale, le manque de confiance en soi, ainsi que les inégalités de genre basées sur des préjugés culturels et institutionnels.

Pour faire face à ces difficultés, les femmes entrepreneures ont besoin de réseaux de soutien et de programmes d'accompagnement. Ces structures, en plus des outils concrets qu'elles offrent, se révèlent être des espaces de solidarité et de partage d'expérience, répondant aux besoins spécifiques de mentorat, de formation continue et de soutien émotionnel. Ces aides exercent une influence remarquable, ouvrant des opportunités et renforçant la confiance des entrepreneures bruxelloises.

Toutefois, ce mémoire met également en avant les inégalités persistantes entre les genres dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ces disparités, fondées sur des préjugés culturels et institutionnels, requièrent des réponses politiques et sociales solides. Des politiques inclusives et des programmes adaptés seraient nécessaires afin de répondre aux besoins particuliers des femmes entrepreneures. Cela englobe des programmes de mentorat, une facilité d'accès aux financements et aux marchés, ainsi qu'une promotion active de la diversité et de l'inclusion.

En tant que ville multiculturelle et dynamique, Bruxelles constitue un environnement propice à l'entrepreneuriat féminin. Les femmes qui entreprennent à Bruxelles, animées par des passions, des besoins et des possibilités, constituent une valeur ajoutée pour la région. Leurs trajectoires, caractérisées par l'innovation et la créativité, reflètent le potentiel impactant de l'entrepreneuriat féminin.

Afin d'exploiter pleinement ce potentiel, il est essentiel de consolider les structures de soutien existantes et de garantir leur efficacité. Les programmes devraient être organisés et évalués de manière rigoureuse pour répondre aux besoins des entrepreneures. Il est également pertinent

d'avoir une compréhension approfondie des défis sectoriels spécifiques afin de favoriser le succès des femmes dans tous les domaines, y compris ceux qui sont traditionnellement sous-représentés ou émergents, tels que les secteurs émergents comme celui de la durabilité.

Enfin, l'expansion de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles va au-delà de l'enrichissement de l'économie locale ; il est une force de transformation culturelle et sociale. Ce mémoire vise à promouvoir des actions concrètes et à encourager un dialogue régulier sur la thématique, incitant chaque acteur à envisager des perspectives nouvelles et audacieuses pour l'avenir des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat. Malgré les défis, il existe de belles possibilités pour instaurer un environnement plus juste et dynamique. En collaborant et en mettant en place des mesures favorables, Bruxelles a la capacité de stimuler l'innovation et la croissance économique, tout en établissant les fondations d'une société plus inclusive et équitable.

Ensemble, nous sommes en mesure de développer un cadre où chaque femme peut pleinement développer son potentiel et contribuer à l'épanouissement de notre région bruxelloise. L'avenir de l'entrepreneuriat féminin est entre nos mains, et il est de notre responsabilité collective d'en faire une réalité dynamique et pérenne.

## Bibliographie

Acemoglu, D., & Zilibotti, F. (2001). Productivity Differences. *The Quarterly journal of economics*, 116(2), 563–606. <https://doi.org/10.1162/00335530151144104>

Achtenhagen, L, & Tillmar, M. (2013). Studies on women's entrepreneurship from Nordic countries and beyond. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1108/17566261311305184>

Adams, R. B., & Funk, P. (2012). Beyond the Glass Ceiling: Does Gender Matter? *Management science*, 58(2), 219-235. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1110.1452>

AFD. (2021). *TRANSITION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE - STRATÉGIE 2021-2025*. Consulté le 27 mars 2024, à l'adresse <https://www.afd.fr/fr/ressources/transition-economique-et-financiere-strategie-2021-2025#:~:text=La%20transition%20économique%20et%20financière%2C%20en%20agissant%20notamment,économiques%2C%20sociaux%20et%20environnementaux%20viables%20à%20long%20terme>

Ahl, H. J. (2002). *The Making of the Female Entrepreneur: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*

Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 595–621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>

Ahl, H., & Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?. *Organization*, 19(5), 543-562. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>

Aksaskoglu, E. (2024, 14 mai). *Porteuse de projet et participante au WomenLab*. [Entretien]. Bruxelles

Ali, D. A., Deininger, K., & Goldstein, M. (2014). Environmental and gender impacts of land tenure regularization in Africa: Pilot evidence from Rwanda. *Journal of development economics*, 110, 262-275. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2013.12.009>

Alias entrepreneur.e. (2020). *L'entrepreneuriat féminin : une force qui transforme le monde*. Consulté le 27 mars 2024, à l'adresse <https://aliasentrepreneur.com/articles/entrepreneuriat-feminin/>

Alleysson, E. (2011). À la frontière de la réussite: la peur. *Actualités en analyse transactionnelle*, (3), 18-25. <https://doi.org/10.3917/aatc.139.0018>

Amigot-Leache, P., Carretero-García, C., & Serrano-Pascual, A. (2023). The limits of “no limits”: Young women’s entrepreneurial performance and the gendered conquest of the self. *Ethos (Berkeley, Calif.)*, 51(3), 285–304. <https://doi.org/10.1111/etho.12398>

Amrhar, B. (2001). *L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation*. HEC. [http://web.hec.ca/creationdentreprise/CERB\\_Backup-12-mai-2008/pdf/2001-04EFEEntrepreneurshipFeminin.pdf](http://web.hec.ca/creationdentreprise/CERB_Backup-12-mai-2008/pdf/2001-04EFEEntrepreneurshipFeminin.pdf)

d’Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l’entrepreneuriat*, 15(3-4), 87-107. <https://doi.org/10.3917/entre.153.0087>

Ankel, F., & Lin, M. (2018). Réseaux de communication. *Le leadership adaptatif pour les nouveaux leaders en# MedEd: lecture d’une heure*. Consulté le 16 avril 2024, à l’adresse . <https://news.royalcollege.ca/content/dam/documents/learning/canmeds/adaptive-leadership-ebook-f.PDF#page=21>

Araki, M. E., Bennett, D. L., & Wagner, G. A. (2024). Regional innovation networks & high-growth entrepreneurship. *Research Policy*, 53(1), 104900. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2023.104900>

Arenius, P., & Minniti, M. (2005). *Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship*. *Small business economics*, 24(3), 233-247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>

Arlotto, J., Sahut, J. M., & Teulon, F. (2012). Comment les entrepreneurs perçoivent l’efficacité des structures d’accompagnement?. *Gestion 2000*, 29(6), 31-43. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/g2000.296.0031>

Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination. *Journal of entrepreneurship, management and innovation*, 8(4), 97-114. <https://doi.org/10.7341/2012847>

Aterido, R., Hallward-Driemeier, M., & Pagés, C. (2011). Big Constraints to Small Firms’ Growth? Business Environment and Employment Growth across Firms. *Economic development and cultural change*, 59(3), 609-647. <https://doi.org/10.1086/658349>

Bacha, E., Chasserio, S., Pailot, P., Poroli, C., & Lebègue, T. (2016). L’accompagnement des femmes entrepreneures: regards croisés. *Écosystème entrepreneurial et logiques d’accompagnement, Collection Gestion en liberté, EMS Management & société., Cormelles-Le-Royal*, 24-47. [https://www.researchgate.net/profile/Stephanie-Chasserio/publication/325617083\\_L'accompagnement\\_des\\_femmes\\_entrepreneurs\\_Regards\\_croises/links/5d1f2d2492851cf4406694e9/Laccompagnement-des-femmes-entrepreneurs-Regards-croises.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Stephanie-Chasserio/publication/325617083_L'accompagnement_des_femmes_entrepreneurs_Regards_croises/links/5d1f2d2492851cf4406694e9/Laccompagnement-des-femmes-entrepreneurs-Regards-croises.pdf)

Bakkali, C., Messeghem, K. & Sammut, S. (2010). Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise à l'heure de la gestion des compétences. *Management & Avenir*, 39, 149-162. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/mav.039.0149>

Bantman, P. (2004). Le concept de réseau. *Vie sociale et traitements*, (1), 18-19. cairn.info. <https://doi.org/10.3917/vst.081.0018>

Bardasi, E., Sabarwal, S., & Terrell, K. (2011). How do female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions. *Small business economics*, 37(4), 417-441. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9374-z>

Barrachina Fernández, M., García-Centeno, M. D. C., & Calderón Patier, C. (2021). Women sustainable entrepreneurship: Review and research agenda. *Sustainability*, 13(21), 12047. <https://doi.org/10.3390/su132112047>

Bellanca, S., & Colot, O. (2014). Motivations et typologie d'entrepreneurs : une étude empirique belge. *La revue des sciences de gestion*, 49(266), 63-74. <https://doi.org/10.3917/rsg.266.0063>

BENDIDI, S., EL KADIRI, K., & IAZZA, M. (2024). L'entrepreneuriat féminin : motivations et entraves – Une revue de littérature. *African Scientific Journal*, 3(23), 53. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10863402>

Bhandari, P. (2023). Naturalistic Observation / Definition, Guide & Examples. Consulté le 18 juin 2024, à l'adresse <https://www.scribbr.com/methodology/naturalistic-observation/>

Bodson, J. (2024, 15 avril). *Fondatrice de la Kifpreneure*. [Entretien]. Bruxelles.

Bonfert, A. T., Bunker, S., Tojeiro, C. M., & Hovhannisyan, S. (2023). Leveraging Gender Data to Accelerate Gender Equality. *World Bank Group Gender Thematic Policy Notes Series: Evidence and Practice Note*.

Boni-Le Goff, I. (2010). «Au nom de la diversité»: Analyse écologique du développement des réseaux professionnels de femmes cadres en France. *Sociologies pratiques*, (2), p. 83-95. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/sopr.021.0083>

Bonnier, H & Kamali, A. (2024, 26 avril). *Coordinatrices entrepreneuriat féminin*. [Entretien]. Bruxelles.

Boring, A. (2016). L'Entrepreneuriat des femmes : motivations et obstacles. *Regards croisés sur l'économie* (p.130-142). La Découverte ; Cairn.info <https://www.cairn.info/revue-regards-croises-sur-l-economie-2016-2-page-130.htm>

Boutillier, S., & Uzinidis, D. (2013). L'entrepreneur schumpétérien. *La pensée* (3, p.97-109). Fondation Gabriel Péri ; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/lp.375.0097>

Bowen, D. D., & Hisrich, R. D. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. *The Academy of Management review*, 11(2), 393-407. <https://doi.org/10.2307/258468>

Bruhn, M. (2009). Female-owned firms in Latin America: Characteristics, performance, and obstacles to growth. *World Bank Policy Research Working Paper*, (5122). [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1503816](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1503816)

Bruna, M. & Chauvet, M. (2014). 9. Des femmes et des réseaux : mentoring et réseaux affinitaires au service de l'égalité. *Regards croisés sur l'économie*, 15, p. 166-182. <https://doi.org/10.3917/rce.015.0166>

Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work & Organization*, 11(4), 406-429. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2004.00240.x>

Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship and regional development*, 24(1-2), 1-6. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637340>

Brush, C. G., & Hisrich, R. D. (1991). Antecedent influences on women owned businesses. *Journal of managerial Psychology*, 6(2), 9-16. <https://doi.org/10.1108/02683949110144846>

Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G., & Hart, M. (2004). Gatekeepers of venture growth: A Diana Project report on the role and participation of women in the venture capital industry. Available at SSRN 1260385. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1260385>

Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International journal of gender and entrepreneurship*, 1(1), 8-24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>

Brush, C. G., & Hisrich, R. D. (1991). Antecedent influences on women owned businesses. *Journal of managerial Psychology*, 6(2), 9-16. Emerald insight. <https://doi.org/10.1108/02683949110144846>

Brush, C. G., Jennings, J. E. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?. *Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715. <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.782190>

Bruyat, C., & Julien, P. A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, (16(2), p. 165-180). [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9) Bulle, N. (2002). Pierre Bourdieu (1930-2002). *L'Année sociologique*, 52(2), 231-237. <https://doi.org/10.3917/anso.022.0231>

Bueno Merino, P. & Duchemin, M.-H. (2016). Enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 20(4), 90–112. Erudit. <https://doi.org/10.7202/1051677ar>

Buttner, E. H., & Rosen, B. (1988). Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women, and successful entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 3(3), 249-258. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(88\)90018-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(88)90018-3)

Buttner, E. H., & Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of small business management*, 35(1), 34-46 [https://www.researchgate.net/profile/E-Holly-Buttner/publication/279548467\\_Women's\\_organizational\\_exodus\\_to\\_entrepreneurship\\_Self-reported\\_motivations\\_and\\_correlates\\_with\\_success/links/560ee0f108ae0fc513eeaeed/Womens-organizational-exodus-to-entrepreneurship-Self-reported-motivations-and-correlates-with-success.pdf](https://www.researchgate.net/profile/E-Holly-Buttner/publication/279548467_Women's_organizational_exodus_to_entrepreneurship_Self-reported_motivations_and_correlates_with_success/links/560ee0f108ae0fc513eeaeed/Womens-organizational-exodus-to-entrepreneurship-Self-reported-motivations-and-correlates-with-success.pdf)

Bygrave, W., Hay, M., Ng, E., & Reynolds, P. (2003). Executive forum: A study of informal investing in 29 nations composing the Global Entrepreneurship Monitor. *Venture capital (London)*, 5(2), 101-116. <https://doi.org/10.1080/1369106032000097021>

Cabinet du Secrétaire d'Etat à la Relance et aux Investissements Stratégiques. (2021). *PLAN NATIONAL POUR LA REPRISE ET LA RÉSILIENCE*. <https://dermine.belgium.be/sites/default/files/articles/FR%20-%20Plan%20national%20pour%20la%20reprise%20et%20la%20re%CC%81silience.pdf>

Cabinet du Vice-Premier Ministre et Ministre des Classes moyennes, des indépendants, des PME et de l'Agriculture, des Réformes institutionnelles et du Renouveau démocratique. (2023). Mesures sur l'accès au financement des entrepreneuses. [https://clarinval.belgium.be/sites/default/files/articles/Mesures%20sur%20l%27acce%CC%80s%20au%20financement%20des%20entrepreneuses-Rapport%20final%20FR\\_1.pdf](https://clarinval.belgium.be/sites/default/files/articles/Mesures%20sur%20l%27acce%CC%80s%20au%20financement%20des%20entrepreneuses-Rapport%20final%20FR_1.pdf)

Carranza, E., Dhakal, C., & Love, I. (2018). Female entrepreneurs: How and why are they different?. Consulté le 3 mai 2024, à l'adresse <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/4c74e543-c28a-5e29-9196-8e86e00294fc/content>

Carrier, C., Julien, P. A., & Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années. *Revue Internationale de Gestion*, 31(2), 36-50. <https://doi.org/10.3917/riges.312.0036>

Carrington, C. (2006). L'entrepreneuriat au féminin. *Journal of small business and entrepreneurship*, 19(2), 95–106. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593361>



Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know?: JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT. *Journal of small business management*, 49(1), 9-26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>

CCI Paris Île-de-France. (2024). *Découvrez le mentorat entrepreneurial*. Consulté le 30 juillet 2024, à l'adresse <https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/club/institut-du-mentorat-entrepreneurial/mentorat-entrepreneurial#:~:text=Le%20Mentorat%20entrepreneurial%20vise%20%C3%A0,exp%C3%A9rience%20d'entrepreneur%20%C3%A0%20entrepreneur>

Cech, E., Rubineau, B., Silbey, S., & Seron, C. (2011). Professional role confidence and gendered persistence in engineering. *American sociological review*, 76(5), 641-666. <https://doi.org/10.1177/0003122411420815>

Ceclic, A & Vukičević, A. (2019). Leadership, Innovation, Management and Economics : WOMAN ENTREPRENEURSHIP. (Congrès). 5th International Scientific-Business Conference

LIMEN 2019 organisé par à Graz. <https://doi.org/10.31410/LIMEN.2019.135>

Chabaud, D., & Messeghem, K. (2010). Le paradigme de l'opportunité: des fondements à la refondation. *Revue française de gestion* (p.93-112). Lavoisier ; Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2010-7-page-93.htm?contenu=article>

Chadli, N., & Belhachmi, S. (2022). La femme entrepreneure entre réalité et perspectives. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 5(3). Revue ISG. <https://revue-isg.com/index.php/home/article/view/1049>

Chollet, B. (dirs.) (Octobre 2002). L'analyse des réseaux sociaux: quelles implications pour le champ de l'entrepreneuriat [Congrès]. *6ème Congrès international francophone sur la PME*, Montréal. <https://airepme.org/images/File/2002/147FA%20-%20BarthelemyChollet.pdf>

Clance, P. R., & Imes, S. A. (1978). The imposter phenomenon in high achieving women: Dynamics and therapeutic intervention. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 15(3), 241-247. <https://doi.org/10.1037/h0086006>

Clancey, W. J. (2006). Observation of work practices in natural settings. *The Cambridge handbook of expertise and expert performance*, 5, 127-145. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=11eaf559e6c64b28042282deed5079850c0a488a>

Coleman, S. (2002). Constraints faced by women small business owners: Evidence from the data. *Journal of developmental entrepreneurship*, 7(2), 151. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/constraints-faced-women-small-business-owners/docview/208439042/se-2?accountid=17194>

Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men-and women-owned small businesses. *Journal of small business management*, 38(3), 37. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/access-capital-terms-credit-comparison-men-women/docview/220957222/se-2?accountid=17194>

CONSEIL BRUXELLOIS DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES. (2021). *Rapport : L'impact du COVID-19 sur les inégalités entre les femmes et les hommes à Bruxelles*. [http://www.adviesraad-gelijke-kansen.irisnet.be/wp-content/uploads/2021/04/CONSEIL-BXL-EGALITE-FEMMES-HOMMES\\_RAPPORT-Fr-COVID19-2021\\_DEF-003.pdf](http://www.adviesraad-gelijke-kansen.irisnet.be/wp-content/uploads/2021/04/CONSEIL-BXL-EGALITE-FEMMES-HOMMES_RAPPORT-Fr-COVID19-2021_DEF-003.pdf)

Constantinidis, C. (2010). Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures. *Revue française de gestion*, 36(202), 127–143. <https://doi.org/10.3166/rfg.202.127-143>

Constantinidis, C. (2014). Femmes entrepreneures. *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* (p. 287-300). Presses de Sciences Po ; Cairn.info. <https://www.cairn.info/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat--9782724616408-page-287.htm>

Constantinidis, C. (2014). Femmes entrepreneures. Dans : Pierre-Marie Chauvin éd., *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* (pp. 287-300). Paris: Presses de Sciences Po. <https://doi.org/10.3917/scpo.chauv.2015.01.0287>

Constantinidis, C. & Lebègue, T. (2021). *Bringing a Female Perspective in the Entrepreneurship Field: A Journey Through the Past, Present and Future of Research and Practice*. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2022/HS1 (Hors-Série 1), 89 -107 <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2022-HS1-page-89.htm>

Constantinidis, C., El Abboubi, M., Salman, N., & Cornet, A. (2017). L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions: analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc. *Revue internationale PME*, 30(3), 37-68. <https://doi.org/10.7202/1042660ar>

Cornet, A., & Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin Une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue française de gestion*, 30(151), 191-204. <https://doi.org/10.3166/rfg.151.191-204>

Correll, S. J. (2004). Constraints into Preferences: Gender, Status, and Emerging Career Aspirations. *American sociological review*, 69(1), 93-113. <https://doi.org/10.1177/000312240406900106>

Coughlin, J. H., & Thomas, A. R. (2002). *The rise of women entrepreneurs: People, processes, and global trends*. Westport: Quorum Books. [http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan\\_Digital\\_1/ENTREPRENEURSHIP%20The%20rise%20of%20women%20entrepreneurs%20people,%20processes,%20and%20global%20trends.pdf](http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20The%20rise%20of%20women%20entrepreneurs%20people,%20processes,%20and%20global%20trends.pdf)

Couteret, P., St-Jean, E., & Audet, J. (2006, September). Le mentorat: conditions de réussite de ce mode d'accompagnement de l'entrepreneur. In 23e conférence du CCPME/CCSBE.

Cowling, M., & Bygrave, W. D. (2007). Entrepreneurship, Welfare Provision, and Unemployment: Relationships between Unemployment, Welfare Provision, and Entrepreneurship in Thirty-Seven Nations Participating in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2002. *Comparative labor law & policy journal*, 28(4), 617-635. [https://www.researchgate.net/profile/Marc-Cowling/publication/228264112\\_Entrepreneurship\\_Welfare\\_Provision\\_and\\_Unemployment\\_Relationships\\_Between\\_Unemployment\\_Welfare\\_Provision\\_and\\_Entrepreneurship\\_in\\_Thirty-Seven\\_Nations\\_Participating\\_in\\_the\\_Global\\_Entrepreneurship\\_Monitor/links/02e7e519f5d46b300e000000/Entrepreneurship-Welfare-Provision-and-Unemployment-Relationships-Between-Unemployment-Welfare-Provision-and-Entrepreneurship-in-Thirty-Seven-Nations-Participating-in-the-Global-Entrepreneurship-Mo.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marc-Cowling/publication/228264112_Entrepreneurship_Welfare_Provision_and_Unemployment_Relationships_Between_Unemployment_Welfare_Provision_and_Entrepreneurship_in_Thirty-Seven_Nations_Participating_in_the_Global_Entrepreneurship_Monitor/links/02e7e519f5d46b300e000000/Entrepreneurship-Welfare-Provision-and-Unemployment-Relationships-Between-Unemployment-Welfare-Provision-and-Entrepreneurship-in-Thirty-Seven-Nations-Participating-in-the-Global-Entrepreneurship-Mo.pdf)

Crédal. (2024). Provoquons le changement. Consulté le 19 juin, à l'adresse <https://www.credal.be/>

Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of occupational behaviour*, 8(Jul 87), 251-261

Croson, R., & Gneezy, U. (2009). Gender differences in preferences. *Journal of Economic literature*, 47(2), 448-474. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jel.47.2.448>

De Backer, M. (2024, 1 juillet). *Coordinatrice du projet WomenLab*. [Entretien]. Bruxelles.

Demos. (2023). Qu'est-ce que la formation ? Consulté le 19 juin 2024, à l'adresse <https://www.demos.fr/blog/quest-ce-que-la-formation/#:~:text=La%20formation%20peut%20se%20d%C3%A9finir,d'un%20apprentissage%20de%20m%C3%A9thodes>

Degeorge, J. (2017). De la diversité du processus d'accompagnement entrepreneurial vers une meilleure complémentarité. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 16, 7-15. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/entre.162.0007>

Deroo, M.-N. (2022). L'aventure entrepreneuriale vécue par une femme. *Entreprendre & innover*, 49-50(2), 40-50. <https://doi.org/10.3917/entin.049.0040>

D'espallier, B., Guerin, I., & Mersland, R. (2013). Focus on Women in Microfinance Institutions. *The Journal of development studies*, 49(5), 589-608. <https://doi.org/10.1080/00220388.2012.720364>

Diane. (2024). BAROMÈTRE de l'entrepreneuriat FÉMININ en WALLONIE et à BRUXELLES, ÉDITION 2024.

[https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc\\_UBJVJg/view?utm\\_content=DAF9hNZ5Dik&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=editor#1](https://www.canva.com/design/DAF9hNZ5Dik/QLBtjJSmxmCAxwc_UBJVJg/view?utm_content=DAF9hNZ5Dik&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor#1)

Dico en ligne Le Robert. (s.d.). Motivation - Définitions, synonymes, prononciation, exemples. Consulté le 8 mai 2024, à l'adresse <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/motivation>

Duvivier, C. (2024, 29 avril). *Porteuse de projet et participante au WomenLab*. [Entretien]. Bruxelles.

EIGE. (2023). *Indice d'égalité femmes-hommes 2023 : Vers une transition verte dans les transports et l'énergie*. Consulté le 1 avril 2024, à l'adresse <https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/gender-equality-index-2023-towards-green-transition-transport-and-energy>

EIGE, (2023). *Gender Equality Index 2023. Towards a green transition in transport and energy*, Publications Office of the European Union.

Elam, A., & Terjesen, S. (2010). Gendered Institutions and Cross-National Patterns of Business Creation for Men and Women. *European journal of development research*, 22(3), 331-348. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.19>

Elo. (2022). *Mentorat vs coaching : Découvrez les 6 différences Clés*. Consulté le 30 juillet 2024, à l'adresse <https://elomentorat.com/fr/bloque/mentorat-differences-coaching/#:~:text=La%20posture%20dans%20la%20relation,techniques%20et%20des%20outils%20adapt%C3%A9s>

Emin, S., & Philippart, P. (2015). Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat et PME. *David Clarence McClelland, La motivation de l'entrepreneur (p.169-192)*. Éditions EMS ; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/ems.torre.2015.01.0169>

ESAM. (2023). *QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES FORMES D'ENTREPRENEURIAT ?*. Consulté le 10 avril 2024, à l'adresse <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>

Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small business economics*, 37, 397-415. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9373-0>

Eurochambres. (2023). *Eurochambres Women Network Survey 2023: A Picture of Female Entrepreneurship*. <https://www.eurochambres.eu/wp-content/uploads/2023/04/EWN-Survey-2023-A-Picture-of-Female-Entrepreneurship-Report.pdf>

Fabowale, L., Orser, B., & Riding, A. (1995). Gender, structural factors, and credit terms between Canadian small businesses and financial institutions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), 41-65. [https://www.researchgate.net/profile/Barbara-Orser/publication/235254407\\_Lending\\_Practices\\_and\\_Canadian\\_Women\\_in\\_Micro-](https://www.researchgate.net/profile/Barbara-Orser/publication/235254407_Lending_Practices_and_Canadian_Women_in_Micro-)

[based\\_Businesses/links/5c26ba21a6fdccfc706f32bf/Lending-Practices-and-Canadian-Women-in-Micro-based-Businesses.pdf](#)

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of small business management* (53(1), 75-93). <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>

Fiala, N. (2017). Business is tough, but family is worse: Household bargaining and investment in microenterprises in Uganda. *University of Connecticut Department of Economics Working Paper Series*, 5. <https://media.economics.uconn.edu/working/2017-05.pdf>

Field, E., Jayachandran, S., Pande, R., & Rigol, N. (2016). Friendship at Work: Can Peer Effects Catalyze Female Entrepreneurship? *American economic journal. Economic policy*, 8(2), 125–153. <https://doi.org/10.1257/pol.20140215>

finance&invest.brussels. (s.d.). QUI SOMMES-NOUS ? Notre métier. Consulté le 16 mai 2024, à l'adresse <https://www.finance.brussels/a-propos/>

Fonrouge, C., & Petzold, S. (2013). Chapitre 16. L'entrepreneuriat durable: Nouvel eldorado ? Dans *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (pp. 307-320). (S.l.) : Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.rniou.2013.01.0307>

Fouquet, A. (2005). Les femmes chefs d'entreprise: le cas français. *Travail, genre et sociétés*, (1), 31-50. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tgs.013.0031>

Garcia, E., Hernandez, F., & Verstraete, T. (2015). *William B. Gartner. Les Grand Auteurs en Entrepreneuriat et PME* (p.271-287). Éditions EMS ; Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/ems.torre.2015.01.0271>

Gatewood, E. J., Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2009). Diana: A Symbol of Women Entrepreneurs' Hunt for Knowledge, Money, and the Rewards of Entrepreneurship. *Small business economics*, 32(2), 129-144. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9152-8>

Gefen, A., & Laugier, S. (2020). Le Pouvoir des liens faibles. Dans *Le pouvoir des liens faibles*. CNRS Editions. HAL. <https://hal.science/hal-02472731>

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing*. London: GEM

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 Women's Entrepreneurship Report*. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

Goffee, R., & Scase, R. (2015). *Women in charge: The experiences of female entrepreneurs*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315708751>

Gomez-Breyse, M., & Jaouen, A. (2012). L'entrepreneur au 21<sup>e</sup> siècle: Reflet des évolutions sociétales. *Projet de vie, moteur de l'entrepreneur du XXI<sup>e</sup>* (p.23-36). Dunod.  
<https://doi.org/10.3917/dunod.gomez.2012.01>

Gould, S. K., & Parzen, J. (1990). *Enterprising Women. Local Initiatives for Job Creation*. OECD Publications and Information Centre, 2001 L Street, NW, Suite 700, Washington, DC 20036-4095

Gouvernement de la Région de Bruxelles-capitale. (2022). *PLAN BRUXELLOIS DE GENDER MAINSTREAMING ET D'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES 2022-2025*. Consulté le 16 mai 2024, à l'adresse <https://equal.brussels/wp-content/uploads/2022/12/Plan-Genre-FR-2.pdf>

Gouze, O. (1791). Histoire de la laïcité: Textes et documents Olympe de Gouges et la Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne septembre 179. Consulté le 13 avril 2024, à l'adresse [https://observatoirelaicite13aix.org/wp-content/uploads/2014/01/gouges\\_droifem.pdf](https://observatoirelaicite13aix.org/wp-content/uploads/2014/01/gouges_droifem.pdf)

Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American journal of sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>

Greer, M. J., & Greene, P. G. (2003). Feminist theory and the study of entrepreneurship. *New perspectives on women entrepreneurs*, 4(3), 1-24.  
[https://books.google.be/books?hl=fr&lr=&id=6\\_knDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Greer,+M.,+and+P.+G.+Greene.+2003.+%E2%80%9CFeminist+Theory+and+the+Study+of+Entrepreneurs+hip.%E2%80%9D+In+New+Perspectives+on+Women+Entrepreneurs,+edited+by+J.+E.+Butler,+1-24.+Research+in+Entrepreneurship+and+Management+Series.+Greenwich,+CT:+Information+Age+Publishing.&ots=BQxX\\_hVfHF&sig=Jb6wmuFRQvMAGzhb8MXvkeupIA4&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.be/books?hl=fr&lr=&id=6_knDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Greer,+M.,+and+P.+G.+Greene.+2003.+%E2%80%9CFeminist+Theory+and+the+Study+of+Entrepreneurs+hip.%E2%80%9D+In+New+Perspectives+on+Women+Entrepreneurs,+edited+by+J.+E.+Butler,+1-24.+Research+in+Entrepreneurship+and+Management+Series.+Greenwich,+CT:+Information+Age+Publishing.&ots=BQxX_hVfHF&sig=Jb6wmuFRQvMAGzhb8MXvkeupIA4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Groupe One. (2023). *Entreprendre pour le changement*. Consulté le 13 mai 2024, à l'adresse <https://www.groupeone.be/>

Groupe One. (2024). *WomenLab*. Consulté le 21 mai 2024, à l'adresse <https://www.groupeone.be/project/womenlab/>

Guillemette, F., & Luckerhoff, J. (2022). Introduction: Recherches sur le mentorat et le coaching. L'accompagnement des professionnels est un processus. *Enjeux et société*, 9(2), 1-15.  
<https://doi.org/10.7202/1092838ar>

Habiba, M., & Hamadou, B. (2024). Le réseau professionnel et le leadership féminin dans les universités camerounaises: Une analyse à partir des modèles de régression. *Alternatives Managériales Economiques*, 6(1), 631-649.  
<https://revues.imist.ma/index.php/AME/article/view/46426>

Hakim, C. (2000). *Work-lifestyle choices in the 21st century: Preference theory*. OUp Oxford.  
[https://books.google.be/books?hl=fr&lr=&id=XmHYRDqRnYYC&oi=fnd&pg=PR16&dq=HAKIM,+C.+\(2000\),+Work-Lifestyle+Choices+in+the+21st+Century.+Oxford,+Oxford+University+Press.+&ots=Y-R-zToq04&sig=24S9PEinVKTw2h09R6Rza8cls&redir\\_esc=y#v=onepage&q=HAKIM%2C%20C.%20\(2000\)%2C%20Work-Lifestyle%20Choices%20in%20the%2021st%20Century.%20Oxford%2C%20Oxford%20University%20Press.&f=false](https://books.google.be/books?hl=fr&lr=&id=XmHYRDqRnYYC&oi=fnd&pg=PR16&dq=HAKIM,+C.+(2000),+Work-Lifestyle+Choices+in+the+21st+Century.+Oxford,+Oxford+University+Press.+&ots=Y-R-zToq04&sig=24S9PEinVKTw2h09R6Rza8cls&redir_esc=y#v=onepage&q=HAKIM%2C%20C.%20(2000)%2C%20Work-Lifestyle%20Choices%20in%20the%2021st%20Century.%20Oxford%2C%20Oxford%20University%20Press.&f=false)

Hampel-Milagrosa, A. (2010). Identifying and Addressing Gender Issues in Doing Business. *European journal of development research*, 22(3), 349–362.  
<https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.12>

Hanis, C. (2024, 28 mai). *Fondatrice de Hey Charlie*. [Entretien]. Bruxelles.  
 Haynes, G. W., and D. C. Haynes. 1999. "The Debt Structure of Small Businesses Owned by Women in 1987 and 1993." *Journal of Small Business Management* 37(2): 1-19.  
<https://www.consumerinterests.org/assets/docs/CIA/CIA1998/hayneshaynes.pdf>

Henry, C. (2021). Shaking up the status quo in women's entrepreneurship research: An overview and research agenda. *Entreprendre & Innover* (p.11-23). De Boeck Supérieur ; Cairn.info.  
<https://www.cairn.info/revue-entreprendre-et-innover-2021-2-page-11.htm>

Herranz, N., Krasa, S., & Villamil, A. P. (2015). Entrepreneurs, risk aversion, and dynamic firms. *Journal of Political Economy*, 123(5), 1133-1176. <https://doi.org/10.1086/682678>

Hisrich, R. D., & Brush, C. (1984). The woman entrepreneur: management skills and business problems. *Journal of small business management*, 22(1), 30–37. ProQuest.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/woman-entrepreneur-management-skills-business/docview/220995700/se-2?accountid=17194>

Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of business venturing*, 18(2), 165–187. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00081-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00081-2)

HOLMÉN, M., MIN, T. T., & SAARELAINEN, E. (2011). FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN AFGHANISTAN. *Journal of developmental entrepreneurship*, 16(3), 307-331.  
<https://doi.org/10.1142/S1084946711001860>

Holmquist, C., & Carter, S. (2009). The Diana Project: Pioneering Women Studying Pioneering Women. *Small business economics*, 32(2), 121–128. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9151-9>

hub.brussels.(2023). Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023.  
<https://womeninbusiness.hub.brussels/content/uploads/2023/11/women-in-business-barometre-de-lentrepreneuriat-feminin-2023.pdf>



hub.brussels. (2024). *Entreprendre au féminin à Bruxelles*. Consulté le 1 avril 2024, à l'adresse <https://womeninbusiness.hub.brussels/>

Hub.brussels (2024). *Catalogue des partenaires*. Consulté le 16 mai 2024 , à l'adresse <https://womeninbusiness.hub.brussels/catalogue-partenaires-wib/>

hub.brussels & wib.brussels. (2021). *Enquête sur l'impact de la crise du Covid-19 sur les entrepreneures bruxelloises*. Consulté le 1 avril 2024, à l'adresse [https://hub.brussels/app/uploads/2021/06/Brochure-A4\\_FR\\_planches.pdf](https://hub.brussels/app/uploads/2021/06/Brochure-A4_FR_planches.pdf).

hub.brussels. (2024). *WoMade*. Consulté le 21 mai 2024, à l'adresse <https://womeninbusiness.hub.brussels/membres/womade/>

Hughes, K. D. (2006). Exploring Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of small business and entrepreneurship*, 19(2), 107-120. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593362>

Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S., & Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 36(3), 429–442. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x>

Hundley, G. (2001). Why Women Earn Less Than Men in Self-Employment. *Journal of labor research*, 22(4), 817-829. <https://doi.org/10.1007/s12122-001-1054-3>

INASTI. (2023). Calculs et représentations : SPF Economie. Observatoire des PME. Consulté le 4 juillet 2024, à l'adresse <https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/pme-et-independants-en/les-travailleurs-independants/profil-des-travailleurs>

International Labor Conference, 87th Session, 1999: Report of the Director-General: Decent Work. (1999). *International Labour Review*. Wiley Subscription Services, Inc.

Janssen, F. (2010). *L'entrepreneuriat AU FIL DE L'HISTOIRE*. Consulté le 7 avril 2024, à l'adresse [https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/fr/object/boreal%3A183690/datastream/PDF\\_01/view#:~:text=Le%20mot%20C2%ABentrepreneur%C2%BB%20est%20apparu,un%20processus%20d'apprentissage%20social.&text=fran%C3%A7aise%20pour%20C3%AAtre%20repris%20bien%20plus%20tard%20dans%20la%20langue%20anglaise](https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/fr/object/boreal%3A183690/datastream/PDF_01/view#:~:text=Le%20mot%20C2%ABentrepreneur%C2%BB%20est%20apparu,un%20processus%20d'apprentissage%20social.&text=fran%C3%A7aise%20pour%20C3%AAtre%20repris%20bien%20plus%20tard%20dans%20la%20langue%20anglaise)

Jemine, M. (2024, 28 mars). *Fondatrice de L'Empoteuse*. [Entretien]. Bruxelles.

Johnstone-Louis, M. (2017). Corporate Social Responsibility and Women's Entrepreneurship: Towards a More Adequate Theory of "Work". *Business ethics quarterly*, 27(4), 569-602. <https://doi.org/10.1017/beq.2017.6>



Kantor, P. (2002). Gender, Microenterprise Success and Cultural Context: The Case of South Asia. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(4), 131–143. <https://doi.org/10.1177/104225870202600408>

Kiniulis, M. (2023). *Entrepreneur Statistics (2023) : Industry*. Consulté le 22 avril 2024 à l'adresse <https://www.markinblog.com/entrepreneur-statistics/#:~:text=There%20are%20approximately%20594%20million,%2C%20innovation%2C%20and%20economic%20development>

Kirkwood, J. (2009). Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs? *International journal of gender and entrepreneurship*, 1(2), p. 118–133. <https://doi.org/10.1108/17566260910969670>

Klugman, J., Hanmer, L. C., Twigg, S., Hasan, T., & McCleary-Sills, J. (2014). *Voice and agency: Empowering women and girls for shared prosperity* (1<sup>re</sup> éd.). Washington, DC : World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0359-8>

Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & regional development*, 5(4), 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>

LA BANQUE MONDIALE. (2024). *Population active, total*. Consulté le 31 mai 2024, à l'adresse <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SL.TLF.TOTL.IN>

Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>

Larousse, É. (s. d.). *Définitions : entreprendre - Dictionnaire de français Larousse*. Consulté le 10 avril 2024, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/entreprendre/30065#:~:text=probl%C3%A8mes%20de%20c%C5%93ur,-entreprendre%20v.t.,en%20q%C3%A9n%C3%A9ral%20longue%20ou%20complexe>

Larousse, É. (s. d.). *Entreprise*. Consulté le 10 avril 2024, à l'adresse <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/entreprise/48402#:~:text=Une%20entreprise%20est%20une%20organisation,%C3%A0%20ses%20co%C3%BBts%20de%20production>

Larousse, É. (s. d.). *Définitions : féminin - Dictionnaire de français Larousse*. Consulté le 10 avril 2024, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/f%C3%A9minin/33208#:~:text=%EE%A0%AC%20f%C3%A9minin%2C%20f%C3%A9minine&text=1.,la%20femme%20%3A%20Le%20charme%20f%C3%A9minin.&text=2.,compos%C3%A9%20de%20femmes%20%3A%20%C3%89quipe%20f%C3%A9minine>

Larousse, É. (s.d.) Définitions : motivation - Dictionnaire de français Larousse. Consulté le 8 mai 2024, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/motivation/52784>

Larousse, É. (s.d.). Définitions : patriarcat - Dictionnaire de français Larousse. Consulté le 16 juillet 2024, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/patriarcat/58689>

Larson, A. (1992). Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37(1), 76–104. <https://doi.org/10.2307/2393534>

Laviolette, E. M., & Loue, C. (2006). *Les compétences entrepreneuriales: définition et construction d'un référentiel [Congrès]*. L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales-Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26-27. [https://airepme.org/images/File/2006/094\\_Lescompetencesentrepreneurales.pdf](https://airepme.org/images/File/2006/094_Lescompetencesentrepreneurales.pdf)

Lebègue, T. (2015). L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures: Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises?. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 14(2), 109-138. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/entre.142.0109>

Lebègue, T., & Constantinidis, C. (2021). Bringing a Female Perspective in the Entrepreneurship Field: A Journey Through the Past, Present and Future of Research and Practice: An Interview with Professor Dr. Candida Brush. *Revue de l'Entrepreneuriat*, (0), I-XVIII. <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2021-0-page-1k.htm>

Legrand, S. (2024, 9 avril). *Manager et chargée de projet du réseau Diane*. [Entretien]. Bruxelles.

Le Loarne-Lemaire, S., Cupillard, V., Benhida, B. R., Nikina, A., & Shelton, L. M. (2012). *Femme et entrepreneur, c'est possible!*. Pearson Education France. [https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=lfPWV3usPyoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=LE+LOARNE+LEMAIRE,+S.,+CUPILLARD,+V.,+RAHMOUNI+BENHIDA,+B.,+NIKINA,+A.,+SHELTON,+L.+M.+\(2012\),+Femme+et+entrepreneur,+c%E2%80%99est+possible+!,+Paris,+Pearson.+&ots=hkH0O54Wrl&sig=wJL4X6VBcheh-0OWod\\_hmBxOPk#v=onepage&q&f=false](https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=lfPWV3usPyoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=LE+LOARNE+LEMAIRE,+S.,+CUPILLARD,+V.,+RAHMOUNI+BENHIDA,+B.,+NIKINA,+A.,+SHELTON,+L.+M.+(2012),+Femme+et+entrepreneur,+c%E2%80%99est+possible+!,+Paris,+Pearson.+&ots=hkH0O54Wrl&sig=wJL4X6VBcheh-0OWod_hmBxOPk#v=onepage&q&f=false)

Léger-Jarniou, C. (2008). Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes: Théorie (s) et pratique (s). *Revue française de gestion*, (5), 161-174. Cairn.info. <https://doi.org/10.3166/rfg.185.161-174>

Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of business venturing*, 12(4), 315–339. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00061-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00061-4)

Lesacq Gosset. (2022). Coworking 100% féminins : au-delà des critiques, la puissance du collectif. Consulté le 2 juin 2024, à l'adresse <https://www.welcometothejungle.com/fr/articles/coworking-feminins-empowerment>

Liberge, A. (2023b). *L'entrepreneuriat en 2023 : définition et inspirations*. Consulté le 6 avril 2024, à l'adresse <https://www.oberlo.fr/blog/des-entrepreneurs-expliquent-l-entrepreneuriat>

Louafi, S. (2022). À propos du colloque « Pour une recherche et une innovation responsables » : une analyse aux niveaux macro, micro et méso. *Natures sciences sociétés (Montrouge)*, 30(2), 191-195. <https://doi.org/10.1051/nss/2022029>

Madeinvote. (2023). *Baromètre marketing : ce qu'il faut savoir*. Consulté le 8 mai 2024, à l'adresse <https://www.madeinvote.com/ressources/barometre-marketing-ce-quil-faut-savoir>

Marlow, S. (2018). Annual review article : Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research? *International Small Business Journal : Researching Entrepreneurship* (p.3 -22). SAGE ; ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/322939361\\_Annual\\_review\\_article\\_Is\\_it\\_time\\_to\\_rethink\\_the\\_gender\\_agenda\\_in\\_entrepreneurship\\_research](https://www.researchgate.net/publication/322939361_Annual_review_article_Is_it_time_to_rethink_the_gender_agenda_in_entrepreneurship_research)

Marlow, S., & Carter, S. (2004). Accounting for change: professional status, gender disadvantage and self-employment. *Women in management review (Bradford, West Yorkshire, England : 1992)*, 19(1/2), 5-. <https://doi.org/10.1108/09649420410518395>

Marlow, S., & Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(6), 717-735. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x>

Marlow, S., & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: Advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International journal of entrepreneurial behaviour & research*, 19(1), 114-124. <https://doi.org/10.1108/13552551311299288>

Mazhoudi, L. (2021). L'entrepreneuriat féminin entre nécessité économique et contraintes sociales : cas des entrepreneures tunisiennes. *Management & Sciences Sociales (p.41-54)*. ISTEC ; Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-management-et-sciences-sociales-2021-2-page-41.htm>

Marlow, S. (2002). Regulating labour management in small firms. *Human resource management journal*, 12(3), 25-43. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2002.tb00069.x>

MAYOUX, L. (2007). Atteindre les femmes et les autonomiser: défis pour la microfinance39. *Microfinance et Genre: Des nouvelles contributions pour une vieille question*, 35.

McGowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., & Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship and regional development*, 24(1-2), 53-72.

<https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>

Meunier, F., Krylova, Y., & Ramalho, R. (2017). Women's entrepreneurship: how to measure the gap between new female and male entrepreneurs?. *World Bank Policy Research Working Paper*, (8242).

<https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=275072007020107066120024081124124018003086055082012031067006107037056118028105124027025017010021112030047082011091031125099115006117031064110065102065103070001090068002094005013090102085020&EXT=pdf&INDEX=TRUE>

Messeghem, K. (2021). *10 idées clés sur l'accompagnement entrepreneurial*. Colombelles, France : EMS Editions - IN QUARTO SARL. Cairn.info. <https://doi.org/10.7202/1090652ar>

Michallet, B. (2017). *QUI EST L'ENTREPRENEUR ? (NOTE*. Récupéré le 7 avril 2024, à l'adresse <https://www.bsi-economics.org/780-qui-est-l-entrepreneur-bm#:~:text=La%20paternit%C3%A9%20de%20ce%20concept,b%C3%A9n%C3%A9fice%20futur%20de%20son%20activit%C3%A9>

Miloud 1, T., & Cabrol 2, M. (2011). Les facteurs stratégiques influençant l'évaluation des start-ups par les capitaux-risqueurs. *Revue management et avenir*, (9), 36-61. <https://doi.org/10.3917/mav.049.0036>

Minniti, M., & Arenius, P. (2003). Women in entrepreneurship. In *The entrepreneurial advantage of nations: First annual global entrepreneurship symposium* (Vol. 29, pp. 1-28). <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=07b31af28affbf6eea6aed99fe6350943fe7933e>

Minniti, M. (2010). Female Entrepreneurship and Economic Activity. *European journal of development research*, 22(3), 294-312. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.18>

Moore, G. (1990). Structural determinants of men's and women's personal networks. *American sociological review*, 726-735. <https://doi.org/10.2307/2095868>

Moult, S., & Anderson, A. R. (2005). Enterprising women: gender and maturity in new venture creation and development. *Journal of enterprising culture*, 13(4), 255-271. <https://doi.org/10.1142/S0218495805000161>

Mulowa, A. (2024, 3 mars). *Fondatrice de BELGIAN Entrepreneures*. [Entretien]. Bruxelles.

Mundeke, A. (2010). *L'entrepreneuriat féminin*. Université libre des pays des grands lacs RDC. [https://www.memoireonline.com/11/13/7971/m\\_L-entrepreneuriat-feminin8.html#fn20](https://www.memoireonline.com/11/13/7971/m_L-entrepreneuriat-feminin8.html#fn20)

Muravyev, A., Talavera, O., & Schäfer, D. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2), 270-286. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2008.12.001>

Murray, H. A. (Henry A. (1938). *Explorations in personality : a clinical and experimental study of fifty men of college age*. New York,London : Oxford University Press.

Neider, L. (1987). A Preliminary Investigation of Female Entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, 25(3), 22. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/preliminary-investigation-female-entrepreneurs/docview/220982672/se-2>

Nelson, J. A. (2016). Not-So-Strong Evidence for Gender Differences in Risk Taking. *Feminist economics*, 22(2), 114–142. <https://doi.org/10.1080/13545701.2015.1057609>

Obstfeld, D. (2005). Social Networks, the Tertius iungens Orientation, and Involvement in Innovation. *Administrative science quarterly*, 50(1), 100–130. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.1.100>

OCDE (1998), *Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*, Éditions OCDE, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264162785-en>

OpenAI. (2023). ChatGPT. (Version du 12 mai) [Grand modèle linguistique]. <https://chat.openai.com/chat>

Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in management review (Bradford, West Yorkshire, England : 1992)*, 16(5/6), 232-. <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>

Parentia. (2024). *La parentalité bienveillante : qu'est-ce que c'est ?*  
Consulté le 5 août 2024, à l'adresse <https://www.parentia.be/fr/administration-familiale/la-parentalite-bienveillante-quest-ce-que-cest>

Pierre, X., & Burret, A. (2014). L'apport des espaces de travail collaboratif dans le domaine de l'accompagnement des entrepreneurs: l'animation de réseaux de pairs. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 13(1), 51-73. <https://doi.org/10.3917/entre.131.0051>

Pines, A. M. , Lerner, M., & Schwartz, D. (2010). Gender differences in entrepreneurship: Equality, diversity and inclusion in times of global crisis. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29(2), 186–198. <https://doi.org/10.1108/02610151011024493>

Powell, M., & Ansic, D. (1997). Gender differences in risk behaviour in financial decision-making: An experimental analysis. *Journal of economic psychology*, 18(6), 605-628. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00026-3](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00026-3)

Potier, J.-P. (2015). Joseph A. Schumpeter et la conjoncture économique des années 1930-1940: Dépression, stagnation ou signes avant-coureurs du déclin du capitalisme ? *Revue économique*, 66(5), 993-1019. <https://doi.org/10.3917/reco.665.0993>

RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE. (2024). *500.000 euros pour encourager l'entrepreneuriat des femmes à Bruxelles*. Consulté le 15 mai 2024, à l'adresse <https://be.brussels/fr/propos-de-la-region/structure-et-organisation/parlement-ministres/le-gouvernement-regional/barbara-trachte/presse-et-actualites/500000-euros-pour-encourager-lentrepreneuriat-des-femmes-bruxelles>

Renzulli, L. A., Aldrich, H., & Moody, J. (2000). Family Matters: Gender, Networks, and Entrepreneurial Outcomes. *Social forces*, 79(2), 523-546. <https://doi.org/10.1093/sf/79.2.523>

Richomme-Huet, K. & d'Andria, A. (2013). L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 17(3), 100–111. Erudit. <https://doi.org/10.7202/1018270ar>

Riveline, C. (2015). Idées: La pyramide de Maslow revisitée. *Journal de l'École de Paris du management*, N° 113(3), 7-7. <https://doi.org/10.3917/jepam.113.0007>

Robichaud, Y., LeBrasseur, R., Riverin, N., & Zinger, J. T. (2006). L'influence des motivations pression-attraction («push-pull») sur la conduite d'une petite entreprise lors de la phase de création: une comparaison hommes/femmes. *8th Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Fribourg (Switzerland)*, 1-19. [http://www.airepme.org/images/File/2006/102\\_Linfluencedesmotivations.pdf](http://www.airepme.org/images/File/2006/102_Linfluencedesmotivations.pdf)

Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2009). Sources of advice in entrepreneurship: Gender differences in business owners' social networks. *International journal of entrepreneurship*, 13(1), 83–101. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/sources-advice-entrepreneurship-gender/docview/214048188/se-2?accountid=17194>

Santoni, J., & Barth, I. (2014). Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin : cas d'un centre entrepreneurial au sein d'une business school. *@GRH (Bruxelles)*, 11(2), 81–113. <https://doi.org/10.3917/grh.142.0081>

Sarwar, Z., Khan, M. A., Yang, Z., Khan, A., Haseeb, M., & Sarwar, A. (2021). An Investigation of Entrepreneurial SMEs' Network Capability and Social Capital to Accomplish Innovativeness: A Dynamic Capability Perspective. *Sage Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211036089>

Scherer, R. F., Brodzinski, J. D., & Wiebe, F. A. (1990). Entrepreneur career selection and gender: a socialization approach. *Journal of small business management*, 28(2), 37-44.

Secrieru, A. (2022). *Valeurs organisationnelles des PME durables: étude des pratiques et stratégies de communications externes en entrepreneuriat féminin durable*. Mémoire de master. UCLouvain.

SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES. (2023). *Appel à projets : Women in business*. Consulté le 16 mai 2024, à l'adresse <https://economie-emploi.brussels/appeel-projets-wib-2023>

Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.

Sharma, R. R., Chawla, S., & Karam, C. M. (2021). Global gender gap index: world economic forum perspective. In *Handbook on diversity and inclusion indices* (pp. 150-163). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788975728.00017>

#SheDIDIT. (2024). #SheFUND. Consulté le 21 mai 2024, à l'adresse <https://www.shedidit.be/shefund/>

Shiftingeconomy.brussels. (2022). *STRATÉGIE RÉGIONALE DE TRANSITION ÉCONOMIQUE 2022-2030*. BEE-SPRB. [https://shiftingeconomy.brussels/wp-content/uploads/2022/09/ShiftingEconomy-Brochure-FR\\_092022.pdf](https://shiftingeconomy.brussels/wp-content/uploads/2022/09/ShiftingEconomy-Brochure-FR_092022.pdf)

Shiftingeconomy.brussels. (2023). *L'entrepreneuriat féminin à Bruxelles, une priorité pour la transition économique et sociale*. Consulté le 1 avril 2024, à l'adresse <https://shiftingeconomy.brussels/lentrepreneuriat-feminin-a-bruxelles-une-priorite-pour-la-transition-economique-et-sociale/>

Shragg, P., Yacuk, L., & Glass, A. (1992). Study of barriers facing Albertan women in business. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 9(4), 40-49. <https://doi.org/10.1080/08276331.1992.10600412>

SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie. (2023). *Entrepreneuriat et diversité - Une étude sur l'origine des travailleurs indépendants en Belgique*. Séverine Waterbley. <https://economie.fgov.be/fr/publications/entrepreneuriat-et-diversite>

St-Jean, E. (2010). Les fonctions du mentor de l'entrepreneur novice. *Revue de l'Entrepreneuriat/Review of Entrepreneurship*, 9(2), 34-55. <https://doi.org/10.3917/entre.092.0003>

St-Pierre, J., Carrier, C., & Pilaeva, K. (2011). *Développement durable et PME: les femmes ont-elles une conception différente de celle des hommes?*. In *Colloque international du Réseau entreprise et développement durable*. <https://hal.science/hal-01703402v1/document>

Theodoraki, C. & Messegheem, K. (2015). Ecosystème de l'accompagnement entrepreneurial : une approche en termes de coopération. *Entreprendre & Innover*, 27, 102-111. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/entin.027.0102>



Tilquin, Y. (2024, 25 avril). *Responsable Entrepreneuriat éminin chez Crédal*. [Entretien]. Bruxelles.

Toussaint, K. (2018). Plafond de mère ou l'influence de la charge mentale domestique sur l'entrepreneuriat féminin. [Mémoire de Master]. LIÈGE UNIVERSITÉ.

Udry, C., Hoddinott, J., Alderman, H., & Haddad, L. (1995). Gender differentials in farm productivity: implications for household efficiency and agricultural policy. *Food policy*, 20(5), 407-423. [https://doi.org/10.1016/0306-9192\(95\)00035-D](https://doi.org/10.1016/0306-9192(95)00035-D)

Ugaz Estrada, C. & Schuber, C. (2022). *Women, SMEs and sustainable development – lessons learnt for the road ahead*. Consulté le 29 mai 2024, à l'adresse <https://www.unido.org/stories/women-smes-and-sustainable-development-lessons-learnt-road-ahead>

Université de Lorraine. (2022). *La démarche réseau - Orientation et insertion professionnelle*. consulté le 16 avril 2024, à l'adresse <https://www.univ-lorraine.fr/orientation-insertion-professionnelle/ressources/stage-emploi-et-alternance/la-demarche-reseau/#:~:text=LE%20R%C3%89SEAU%20PROFESSIONNEL&text=On%20parle%20de%20netw,orking%20professionnel,qu'une%20opportunit%C3%A9%20se%20pr%C3%A9sente>

Vannier, S. (2024). Entrepreneuriat, à quoi s'attendre en 2024 ? Consulté le 6 avril 2024, à l'adresse <https://www.forbes.fr/entrepreneurs/entrepreneuriat-a-quoi-sattendre-en-2024/>

Venkataraman S. (1997), The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth* (p. JAI Press,119-138). JAI Press ; ResearchGate [https://www.researchgate.net/profile/Sankaran-Venkataraman/publication/228316384\\_The\\_Distinctive\\_Domain\\_of\\_Entrepreneurship\\_Research/links/0c96052e7ccb98aa7e000000/The-Distinctive-Domain-of-Entrepreneurship-Research.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sankaran-Venkataraman/publication/228316384_The_Distinctive_Domain_of_Entrepreneurship_Research/links/0c96052e7ccb98aa7e000000/The-Distinctive-Domain-of-Entrepreneurship-Research.pdf)

Verstraete, T., & Saporta, B. (2006). Création d'entreprise et entrepreneuriat. *Editions de l'ADREG*, 2006, 518p. <http://boulachinp.free.fr/ESCI/ESCI%20%E8me%20ann%E9e/Entrepreneuriat/Cours/Cr%E9ation%20d'entreprise.pdf>

Wallonie Entreprendre. (2024). *Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin en 2024 : évolution et perspectives*. Consulté le 27 mars 2024 à l'adresse <https://www.1890.be/article/entrepreneuriat-feminin-2024/>

Welter, F., & Smallbone, D. (2006). Exploring the role of trust in entrepreneurial activity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(4), 465-475. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00130.x>



WIKICREA. (2023). *L'entrepreneuriat féminin en France*. Consulté le 27 mars 2024, à l'adresse <https://www.creerentreprise.fr/entrepreneuriat-feminin/>

Wikipreneurs. (2019). *Entreprendre au féminin*. Consulté le 27 mars 2024, à l'adresse <https://www.wikipreneurs.be/fr/news/articles/entreprendre-au-feminin>

Williams, O. F. (2004). The UN Global Compact: The Challenge and the Promise. *Business ethics quarterly*, 14(4), 755-774. <https://doi.org/10.5840/beq200414432>

Winerlak, N. (2024, 16 mai). Entrepreneur(e)s bruxellois(e)s. [Questionnaire]. Bruxelles.

Winn, J. (2004). Entrepreneurship: not an easy path to top management for women. *Women in management review (Bradford, West Yorkshire, England : 1992)*, 19(3), 143-. <https://doi.org/10.1108/09649420410529852>

Womade. (2022). *About us*. Consulté le 2 juin 2024, à l'adresse <https://www.womadebrussels.com/about>

World Bank. 2018. *Women, Business and the Law 2018*. Washington, DC: World Bank Group. <https://pubdocs.worldbank.org/en/769821592488604323/WBL2018-Presentation.pdf>

Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Vol. 6, 1-18. ResearchGate. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>

Yet (s.d.). *L'entrepreneuriat, c'est quoi ?* Consulté le 6 avril 2024, à l'adresse <https://yet.brussels/fr/l-entrepreneuriat-c-est-quoi>

1819 hub.brussels. (2023). *Qu'Est-ce que la transition économique*. Consulté le 27 mars 2024, à l'adresse <https://1819.brussels/infotheque/entreprendre-durablement/quest-ce-que-la-transition-economique>