

Haute Ecole

« ICHEC – ECAM – ISFSC »

ICHEC

BRUSSELS MANAGEMENT SCHOOL

Enseignement supérieur de type long de niveau universitaire

Les motivations et les défis des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques bruxelloises : la non-mixité des structures d'accompagnement comme levier d'émancipation

Mémoire présenté par :

Lola KEMPENERS

Pour l'obtention du diplôme de:

Master en gestion de l'entreprise

Année académique 2024-2025

Promoteur :

Laurent LAHAYE

Boulevard Brand Whitlock 6 - 1150 Bruxelles

Remerciements

Avant d'entamer la lecture de ce mémoire, je souhaite exprimer toute ma gratitude à celles et ceux qui ont contribué, de près ou de loin, à sa réalisation.

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur, Monsieur Laurent Lahaye, pour sa disponibilité, son écoute attentive et la qualité de ses conseils, qui ont nourri et enrichi ma réflexion tout au long de ce travail.

Je remercie également sincèrement toutes les personnes qui ont accepté de participer aux entretiens. Leur disponibilité, la richesse de leurs témoignages et le temps qu'elles m'ont consacré ont été essentiels à la construction de ce mémoire :

- Madame Mulowa Aurélie, fondatrice de Belgian Entrepreneurs
- Madame Taybi Chaimae, entrepreneuse et fondatrice de KawhaTea
- Madame Kasongo Patricia, entrepreneuse et fondatrice de Paprika's Kitchen
- Madame Samulu Lenge Hélène, entrepreneuse et fondatrice de Uzi Hair Bar
- Madame Barry Daya, entrepreneuse et fondatrice de Karikemité
- Madame Sunzu Bérénice, coach en finance chez SheDIDIT

Je souhaite également adresser mes sincères remerciements à Madame Haigoune Houda, ma maître de stage, pour m'avoir offert l'opportunité d'effectuer mon stage au sein de son organisation. Son accueil, son engagement et sa confiance ont constitué un cadre à la fois stimulant et inspirant pour ce travail.

Enfin, je souhaite remercier tout particulièrement ma famille et mes amies pour leur soutien constant, leur écoute et leurs encouragements tout au long de mon parcours à l'ICHEC.

Engagement anti-plagiat

« Je soussignée, **KEMPENERS Lola**, 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.

10 août 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lkemp.' with a period at the end.

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, **KEMPENERS Lola**, 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 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. »

10 août 2025

Je soussigné(e), **Kempeners Lola 200458** (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.	x
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.	x
	Certaines parties ou passages de mon travail/mémoire ont été entièrement 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 **Louvain-la-Neuve** (ville), le **10 août 2025** (date)

Signature :  [Prénom Nom de l'étudiant(e) et matricule]
Lola Kempeners 200458

Table des matières

1. Introduction	1
2. Revue de littérature.....	3
2.1 Cadre théorique : L'approche intersectionnelle.....	3
2.2 L'entrepreneuriat.....	4
2.2.1 Définition de l'entrepreneuriat	4
2.2.2 Contexte entrepreneurial et levier économique mondial.....	5
2.2.3 Statistiques sur l'entrepreneuriat	6
2.3 L'entrepreneuriat féminin	6
2.3.1 Définition de l'entrepreneuriat féminin.....	6
2.3.2 Importance et évolution de l'entrepreneuriat féminin	7
2.4. Les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques	9
2.4.1 Définition "Origine ethnique"	9
2.4.2 Données limitées sur l'entrepreneuriat des femmes issues de minorités ethniques	9
2.5 Motivations.....	10
2.5.1 Définition de la "motivation"	10
2.5.2 Cadre théorique & théorie dominante des motivation entrepreneuriales.....	10
2.5.3 Motivations intrinsèques et extrinsèques	11
2.5.4 Formes d'entrepreneuriat alternatives.....	12
2.5.5 Les motivations propres aux femmes entrepreneures.....	13
2.5.6 Motivations des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques	14
Conclusion.....	16
2.6 Les défis.....	17
2.6.1 Définition du "défi"	17
2.6.2 Les défis externes rencontrés par les femmes entrepreneures	17
2.6.3 Les défis internes rencontrés par les femmes entrepreneures.....	24
2.6.4 Défis rencontrées par les femmes entrepreneures de minorités ethniques.....	25
Conclusion.....	28
2.7 Les structures d'accompagnement et la non-mixité pour les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques	28
2.7.1 Définition de l'accompagnement entrepreneurial	28

2.7.2 Historique des structures d'accompagnement	29
2.7.3 Définition de la non-mixité	31
2.7.4 Les réseaux non mixtes comme source d'émancipation pour les femmes entrepreneures de minorités ethniques	33
Conclusion	34
2.8 L'entrepreneuriat féminin - Contexte Bruxellois	34
2.8.1 Évolution et profil des indépendantes bruxelloises	34
2.8.2 Motivations à l'origine de l'entrepreneuriat à Bruxelles	36
2.8.3 Obstacles et enjeux financiers	37
2.8.4 Dispositifs de soutien	39
Conclusion	40
3. Conclusion de la revue de littérature	41
4. Méthodologie	43
4.1 Introduction à la méthodologie.....	43
4.2 Revue de littérature	43
4.3 Méthodologie qualitative	44
4.4 Choix des participantes.....	45
4.5 Processus de contact et déroulement	45
4.6 Profils des personnes interrogées	46
4.7 Construction et déroulement des entretiens	47
5. Analyse des données récoltées lors des entretiens	48
5.1 Analyse des motivations et des opportunités de l'entrepreneuriat	48
5.1.1 L'identité comme motivation centrale	49
5.1.2 La culture et l'origine comme des facteurs entrepreneuriaux : exprimer, résister, se différencier.....	50
5.1.3 Le risque d'essentialiser l'origine ethnique	51
5.2. Défis rencontrés.....	52
5.2.1 Défis liés au genre : sexisme et stéréotypes	52
5.2.2 Défis liés à l'origine ethnique et aux discriminations raciales.....	53
5.2.3 Défis liés au financement : accès restreint et biais systémiques.....	54
5.2.4 Autres défis transversaux : Pensées limitantes, solitude.....	55
5.3 Les structures d'accompagnement	57

5.3.1 Le rôle des structures d'accompagnement dans l'entrepreneuriat.....	57
5.3.2 L'importance des réseaux non-mixtes	58
5.3.3 La non-mixité comme stratégie et pas comme une finalité	59
6. Analyse quantitative	61
6.1 Introduction à la démarche quantitative & démarche	61
6.2 Analyse des données du questionnaire	62
6.2.1 Profil socio-démographique et origines ethniques	62
6.2.2 Activité entrepreneuriale et motivations	63
6.2.3 Identité culturelle et ancrage communautaire	64
6.2.4 Obstacles et défis rencontrés.....	65
6.2.5 Financement et accompagnement.....	66
Conclusion.....	70
7. Croisement des données qualitatives & quantitatives	72
7.1 Le profil des entrepreneures.....	72
7.2 Les motivations.....	73
7.3 La place de l'identité culturelle	73
7.4 Les obstacles rencontrés	74
7.5 Le financement	74
7.6 Les structures d'accompagnement	75
Conclusion.....	75
8. Limitations et pistes pour de futures recherches	76
8.1 Limites méthodologiques	76
8.2 Pistes pour de futures recherches	77
9. Conclusion générale	78
10. Bibliographie	81

Table des figures et des tableaux

Figure 1 : Les attentes des femmes entrepreneures bruxelloises envers un réseau féminin	39
Figure 2 : Âge des répondantes au questionnaire quantitative.....	62
Figure 3 : Niveau d'éducation des répondantes du questionnaire quantitative	63
Figure 4 : Origine ethnique des répondantes au questionnaire quantitative	63
Figure 5 : Secteurs d'activité des répondantes au questionnaire quantitative	64
Figure 6 : L'implication de l'identité culturelle dans le projet entrepreneurial des répondantes au questionnaire quantitative	65
Figure 7 : Modes de financement utilisés par les répondantes du questionnaire quantitative pour financer leur projet	66
Figure 8 : Raisons dans le cadre d'un refus de crédit.....	67
Figure 9 : Doutes et pensées limitantes quant aux capacités entrepreneuriales	67
Figure 10 : Soutien de structures d'accompagnement	69
 Tableau 1 : Entrepreneures interrogées	 46
Tableau 2 : Actrices de structures d'accompagnement interrogées.....	46

1. Introduction

A l'heure actuelle, l'entrepreneuriat est reconnu comme un levier de prospérité future, un moteur du développement économique ainsi qu'un contributeur clé dans la recherche de solutions durables pour les défis environnementaux et sociaux contemporains (GEM, 2024). Créer une entreprise constitue ainsi un véritable investissement : un engagement en temps, en efforts et en ressources visant à construire une activité durable, capable de générer des effets positifs pour l'économie, la société et l'environnement (GEM, 2024).

Dans ce contexte, l'entrepreneuriat féminin a également fait ses preuves en termes de renouveau économique et social. Partout dans le monde, les femmes entrepreneures redéfinissent le paysage économique, agissent comme catalysatrices d'innovation et participent activement à la transformation de leurs communautés et des secteurs d'activité (GEM, 2024). Par ailleurs, l'entrepreneuriat permet aux femmes de gagner en autonomie financière, de développer leurs réseaux, de renforcer leur confiance en elles et de concilier plus aisément aspirations personnelles et responsabilités familiales (GEM, 2024).

Pourtant, malgré cet état des lieux optimiste, des inégalités profondes persistent. Elles rencontrent des difficultés spécifiques, telles que l'accès inégal aux financements, aux réseaux professionnels et à une reconnaissance légitime au sein de l'écosystème entrepreneurial, rendant leur parcours d'autant plus complexe (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Pour les femmes issues de minorités ethniques, ces difficultés sont amplifiées par des logiques de domination intersectionnelles. Ces femmes, en plus de faire face à des barrières liées à leur genre, se battent également contre des discriminations liées à leur origine ethnique, à leur religion ainsi qu'à leur position socio-économique (Carles, 2011). Selon Carles (2011), ces discriminations ne s'additionnent pas simplement ; elles s'entrecroisent et interagissent, produisant des effets spécifiques souvent ignorés par les dispositifs traditionnels d'accompagnement à l'entrepreneuriat.

En tant que capitale belge et européenne, Bruxelles constitue un terrain d'observation intéressant pour étudier ce phénomène. Avec plus de 184 nationalités représentées et 76 % de sa population d'origine étrangère, Bruxelles figure parmi les métropoles les plus cosmopolites d'Europe (Statbel, 2025).

Selon Fiorilli (2024), la capitale européenne possède une riche histoire migratoire où des travailleurs venus du monde entier ont contribué à bâtir son paysage social, économique et culturel. Le Plan bruxellois de lutte contre le racisme souligne par ailleurs que la région est aujourd'hui l'une des plus diversifiées d'Europe, voire du monde (Equal.Brussels, s.d.).

Pourtant, malgré la promotion de cette diversité, des inégalités profondément ancrées persistent. Le Plan ajoute que des discriminations racistes continuent d'affecter la vie sociale, y compris en région bruxelloise. En 2021, 42% des signalements pour discrimination enregistrés à Bruxelles concernaient des critères dits "raciaux" et affectaient l'emploi (36%), le logement (24%) (Equal.Brussels, s.d.).

Ces phénomènes, selon le Plan, ne relèvent pas d'actes isolés : ils s'inscrivent dans des mécanismes structurels. Le plan insiste ainsi sur l'importance de prendre en compte les mécanismes structurels et d'adopter une approche intersectionnelle, afin d'identifier les discriminations susceptibles de pénaliser des groupes importants de la population bruxelloise (Equal.Brussels, s.d.).

C'est précisément à l'intersection de l'entrepreneuriat féminin, de la diversité bruxelloise et des discriminations structurelles que s'articule le présent mémoire. En partant d'une réflexion générale sur la place des femmes dans l'entrepreneuriat, ce travail recentre progressivement son analyse sur la situation des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques à Bruxelles. Ce cheminement repose sur une progression logique et cohérente : chaque nouvelle section vient consolider la précédente, assurant ainsi la continuité de l'analyse tout au long du mémoire.

Cette recherche s'organise autour de quatre axes complémentaires. La première porte sur les motivations générales à entreprendre chez les femmes. Le deuxième s'intéresse aux motivations spécifiques des femmes issues de minorités ethniques. Le troisième examine les défis rencontrés par les entrepreneures, ainsi que les obstacles propres aux femmes issues de la diversité. Enfin, le quatrième explore le rôle des structures d'accompagnement, en mettant l'accent sur celles dédiées à l'entrepreneuriat féminin, notamment à travers la non-mixité envisagée comme levier d'émancipation.

L'objectif de cette recherche est d'apporter des nuances entre le parcours entrepreneurial d'une femme en général et celui d'une femme issue de minorités ethniques. Une série d'entretiens sera réalisée avec des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques à Bruxelles, ainsi qu'avec des actrices engagées dans des structures d'accompagnement. Cette démarche vise à confronter les apports théoriques à la réalité du terrain, tout en identifiant des points de convergence et de divergence significatifs. En conclusion, les limites de ce travail seront discutées, ainsi que des pistes de recherche futures, dans l'optique d'enrichir le champ d'étude et de nourrir la réflexion sur cette thématique.

En valorisant cette thématique, ce mémoire dépasse le cadre de la recherche académique. Il constitue un appel à rendre visibles celles que l'on oublie trop souvent, à écouter celles dont la voix est rarement entendue, et à bâtir une société où la diversité des parcours est reconnue comme une richesse, et où l'entrepreneuriat devient un levier d'émancipation pour toutes et tous. En observant de plus près la manière dont les femmes issues de minorités ethniques entreprennent malgré les obstacles, nous pouvons parvenir à une compréhension plus juste, plus humaine et plus universelle du potentiel que recèle l'entrepreneuriat. Il est impératif de

déconstruire les systèmes qui entravent ces trajectoires et de rendre visibles celles qui, souvent dans l'ombre, transforment l'économie au quotidien.

2. Revue de littérature

2.1 Cadre théorique : L'approche intersectionnelle

Le concept de l'intersectionnalité a été théorisé par la juriste Kimberlé Crenshaw en 1989, dans l'optique de dénoncer le manque de pertinence des approches traditionnelles traitant des discriminations de manière isolée. Dans son article *Demarginalizing the Intersection of Race and Sex* (1989), la juriste remet en cause l'inaptitude des lois anti-discrimination à prendre en compte les expériences des individus qui subissent plusieurs formes de discrimination en même temps. Elle met notamment en avant les femmes noires, qui vivent à l'intersection du sexisme et du racisme. Selon elle, leurs luttes ne peuvent être comprises si l'on ne prend pas en compte cette double oppression. Crenshaw (1989) affirme que pour ces femmes, la discrimination ne peut être limitée à une seule même catégorie. C'est un phénomène imbriqué où la race et le genre se mêlent et se renforcent mutuellement.

Rokhaya Diallo, une militante féministe intersectionnelle mentionne dans un témoignage *“L'intersectionnalité permet de décrire le fait que toutes les femmes ne vivent pas dans les mêmes conditions. Une femme d'origine asiatique vit le sexisme et le racisme. En ce sens, elle se retrouve à l'intersection de plusieurs types d'exclusion. Elle vit une condition singulière, qui doit être décrite et décryptée comme telle”* (cité par Oxfam, 2025, para.5). Elle rejoint les propos de Crenshaw en disant que cette interaction d'oppressions donne lieu à une expérience particulière qui ne peut être réduite à une seule catégorie. Ceci démontre l'importance de prendre en compte cette complexité afin que des solutions puissent s'appliquer à toutes les femmes, y compris les femmes les plus marginalisées, et pas uniquement à une minorité de femmes, comme celles bénéficiant de privilèges économiques, raciaux ou intellectuels (Oxfam, 2025).

Dans cette optique, le concept de l'intersectionnalité devient une solution clé pour faire entendre les voix des femmes et des groupes généralement exclus des luttes féministes traditionnelles, notamment les femmes racisées, musulmanes, transgenres, en situation de handicap. L'organisation Oxfam (2025), dans son article dédié à l'intersectionnalité, rappelle que ce concept permet d'identifier et de combattre les discriminations croisées qui donnent lieu à des expériences d'injustice particulières. Pour cela, l'association demande la mise en place d'outils spécifiques qui reconnaissent leurs réalités complexes, plutôt que des solutions universelles qui ignorent les spécificités de leurs luttes.

Par ailleurs, Amnesty International (s.d.) explique que l'un des plus grands défis rencontrés par les femmes noires et des minorités racisées est le manque de visibilité dans les espaces publics et médiatiques. Ces femmes, souvent rendues invisibles, voient leurs voix

marginalisées par des normes dominantes qui ne reconnaissent pas leur existence en dehors des stéréotypes. L'organisation ajoute finalement que pour reconnaître ces discriminations croisées et pour qu'une égalité des droits puisse se réaliser, il est nécessaire qu'une reconnaissance explicite de ces femmes et de leurs combats soit faite autant dans les espaces physiques que numériques.

Dans le cadre de ce mémoire, cette approche intersectionnelle sera mise en lumière tout au long des différents points abordés relatifs aux femmes entrepreneures issues de minorités ethniques. Cette approche permet de mettre en avant le fait que leur expérience entrepreneuriale ne peut pas être analysée de façon uniforme, celle-ci étant marquée par une combinaison d'oppressions comme le racisme, le sexisme, la stigmatisation religieuse... Cette vision intersectionnelle opérera comme un fil conducteur transversal qui guidera l'ensemble de la revue de littérature, tout en posant les bases nécessaires afin de comprendre comment les concepts, comme celui de la non-mixité, peuvent agir comme un levier d'émancipation dans un contexte discriminant.

2.2 L'entrepreneuriat

2.2.1 Définition de l'entrepreneuriat

Selon Michallet (2017), l'entrepreneuriat a connu une transformation au fil des siècles, passant de la vision de Cantillon au 18ème siècle, définissant l'entrepreneur comme un preneur de risque qui opère dans un contexte d'incertitude, à la perception de Jean-Baptiste Say au 19ème siècle, voyant l'entrepreneur comme un organisateur de la production, harmonisant le travail et le capital afin de générer des richesses (cité par Michallet, 2017).

Plus tard, au 20ème siècle, la vision de Schumpeter, telle que présentée par Michallet (2017), apporte une nouvelle perception, présentant l'entrepreneur comme un innovateur, un acteur clé de la destruction créatrice qui change les économies par la mise en place de nouvelles idées, technologies et processus. Kirzner, plus récemment, introduit la notion de vigilance entrepreneuriale : la capacité d'identifier des opportunités encore inexploitées, essentielle à la dynamique de l'innovation. (cité par Michallet, 2017).

Dans cette même dynamique, les auteurs Janssen et Surlemont (2016) mettent en lumière quatre paradigmes qui complètent la compréhension de l'entrepreneuriat.

Tout d'abord, il y a l'opportunité d'affaires, c'est-à-dire l'identification et l'exploitation des occasions disponibles sur le marché. Deuxièmement, la création d'une organisation est évoquée faisant référence au fait de créer, qu'il s'agisse d'une petite entreprise ou d'un projet personnel. Ensuite, la création de valeur, qui peut prendre diverses formes (économique, sociale ou personnelle) par laquelle l'entrepreneur crée de la richesse. Finalement, l'innovation faisant référence au développement de nouveaux produits, la mise en œuvre de nouvelles méthodes ou à la pénétration de nouveaux marchés ou organisations.

Une autre notion importante à prendre en compte est la notion de “l'intention entrepreneuriale” (Belattaf & Nasroun, 2013). D'après Belattaf et Nasroun (2013), l'intention est définie comme étant la volonté consciente d'un individu de se lancer dans la création d'une entreprise, influencée par ses besoins et ses croyances personnelles, mais aussi par le contexte sociétal et économique. Belattaf et Nasroun (2013) perçoivent l'intention comme un indicateur de l'engagement que l'individu est disposé à investir pour mettre en œuvre son projet entrepreneurial.

Dans la même perspective, Michallet (2017) introduit une nouvelle définition plus contemporaine de l'entrepreneuriat, faisant référence à un processus développé par des personnes, qu'elles soient indépendantes ou salariées, qui manifestent un comportement innovant et risqué pour atteindre une rétribution, peu importe qu'elle soit monétaire ou non, en prenant en compte les dimensions stratégiques, politiques et sociales. Les auteurs Belattaf et Nasroun (2013) ajoutent que l'entrepreneuriat est un processus dynamique et complexe. Ce dernier est à l'origine de différents facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Ils ajoutent d'ailleurs que ce processus prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un cadre donné (Belattaf & Nasroun, 2013).

Finalement, le Global Monitor Entrepreneurship (2025) propose une définition plus accessible de l'entrepreneuriat en le définissant comme étant l'action de créer et gérer une entreprise.

2.2.2 Contexte entrepreneurial et levier économique mondial

Face à une conjoncture mondiale marquée par des crises récurrentes et une incertitude persistante, de nombreux pays développés reconnaissent l'importance de promouvoir l'entrepreneuriat pour stimuler leur économie (Lirzin, 2013 ; OECD, 2023).

Selon Tremblay et al. (2019), l'entrepreneuriat est profitable d'un point de vue économique et social grâce à sa capacité à générer des opportunités économiques et sociales, notamment en matière d'emploi. En voyant cela, de nombreux pays en ont fait de leurs priorités, avec pour objectif de stimuler l'esprit d'entreprise pour dynamiser leurs économies.

D'après Schumpeter, l'entrepreneur constitue le réel moteur du changement économique. Grâce à ses capacités d'innovation et à sa compétence à concrétiser des concepts, il est capable de créer de nouvelles opportunités et contribue à la transformation économique (cité par Lirzin, 2013). Lirzin, met également en lumière l'importance des entrepreneurs dans la croissance économique et la compétitivité, en appuyant sur le fait qu'il est indispensable d'intégrer cette dimension entrepreneuriale dans les stratégies économiques en mettant en avant le rôle central des entrepreneurs dans la relance économique (Lirzin, 2013).

De plus, l'auteur Pellerin (2013) dans la préface du *Grand Livre sur l'Entrepreneuriat*, souligne que l'entrepreneuriat est un élément important qui permet de répondre aux enjeux actuels,

tels que l'adaptation à un monde en constante évolution et la lutte contre le chômage. Face à ces constats, les gouvernements ont pris l'initiative d'élaborer des politiques mettant l'accent sur la mise en place d'un cadre propice à la création d'entreprises et à la promotion de l'acceptation du risque. D'après de Blignières (2013), la capacité à initier et développer des actions constitue un levier de développement particulièrement efficace. Cette aptitude favorise la progression d'un pays tant sur le plan économique que social.

L'entrepreneuriat permet aussi de créer des opportunités pour les communautés marginalisées et renforcer l'inclusion économique. Des solutions innovantes sont développées par des entrepreneurs pour aider des groupes sous-représentés, tels que les femmes, les jeunes ou les personnes à faible revenu. Par ailleurs, en facilitant l'accès aux marchés ainsi qu'à la technologie et aux ressources financières, l'entrepreneuriat contribue à réduire les écarts entre les personnes privilégiées et celles défavorisées (GEM, 2025).

2.2.3 Statistiques sur l'entrepreneuriat

Selon le Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025, l'entrepreneuriat représente environ 7,4% de la population mondiale. En 2024, 594 millions d'individus se sont lancés dans des activités entrepreneuriales, marquant une augmentation de 2,1% par rapport à 2020, où le nombre d'entrepreneurs s'élevait à 582 millions.

Ces résultats révèlent une tendance mondiale croissante en faveur de l'entrepreneuriat, principalement animée par une volonté d'autonomie et de poursuivre ses passions. En effet, 40% des entrepreneurs interrogés voient ces facteurs comme fondamentaux dans leur décision de créer une entreprise, nourrissant souvent l'ambition d'avoir un impact positif sur le monde (GEM, 2025).

Cependant, derrière les avantages et bénéfices portés par l'entrepreneuriat, d'autres réalités sont façonnées par des dynamiques de genre. Bien qu'encore confrontées à des obstacles spécifiques, les femmes occupent aujourd'hui une place croissante dans la sphère entrepreneuriale, après avoir longtemps été invisibilisées. C'est pourquoi, il est intéressant de se pencher sur l'entrepreneuriat féminin afin d'en comprendre les spécificités, les enjeux, les motivations et les freins (GEM, 2025).

2.3 L'entrepreneuriat féminin

2.3.1 Définition de l'entrepreneuriat féminin

Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme "la femme qui, seule ou avec un 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). Une autre définition de Arasti (2008, cité par Glidja, 2019, p.45) définit l'entrepreneure comme "une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée

dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe, crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée". On définit la femme comme étant entrepreneuse lorsqu'elle change de statut professionnel ou d'organisation dans l'optique de créer la richesse et assumer des risques (Arasti, 2008, cité par Glidja, 2019).

2.3.2 Importance et évolution de l'entrepreneuriat féminin

D'après le Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025, les femmes entrepreneures représentent 38% des entrepreneurs à l'échelle mondiale, soit 226 millions sur les 594 millions d'entrepreneurs totaux. Ce taux de création a d'ailleurs connu une hausse de 3,4% depuis 2020. On dénombre aujourd'hui plus de 200 millions de femmes entrepreneures à travers le monde, représentant une force économique majeure, notamment pour la création d'emplois et l'innovation (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Néanmoins, en dépit de cette dynamique de croissance, l'entrepreneuriat féminin demeure largement sous-exploité, tant au niveau de la recherche que de l'accompagnement (D'Andria & Gabarret, 2016). Au fur et à mesure du temps, la recherche quant à ce sujet a progressivement fait son apparition il y a maintenant une trentaine d'années mais celle-ci reste incomplète encore à l'heure actuelle comme le rappellent D'Andria et Gabarret (2016). Ces auteurs ajoutent également que ce manque de connaissances est aussi dû en partie aux stéréotypes et des préjugés fortement ancrés, tant au niveau des chercheurs que des praticiens (D'Andria & Gabarret, 2016).

De plus, les auteurs Lebègue et Constantinidis (2016), mentionnent le fait que les femmes entrepreneures opèrent en général dans des environnements marqués par des dynamiques de genre où rôles sociaux et attentes particulières sont attribuées à respectivement à la gent masculine et féminine, engendrant ainsi d'importants défis sociaux et culturels. Cela a d'ailleurs un impact sur l'accès aux ressources nécessaires à la création de leurs entreprises, en particulier les ressources humaines, sociales et financières (Lebègue & Constantinidis, 2016).

On remarque également que l'entrepreneuriat féminin a été plus vite pris au sérieux au Canada et aux Etats-Unis, où des politiques volontaristes ont été développées pour soutenir les femmes entrepreneures, tel que le *Equal Credit Opportunity Act* (1974) et le *Women's Business Ownership Act* en 1988 aux Etats-Unis, qui ont contribué à l'amélioration de l'accès au capital des femmes. Des progrès qui ont porté leurs fruits, au vu de l'augmentation du nombre d'entreprises détenues par des femmes dans ces pays. A contrario, l'Union européenne a pris plus de temps pour se décider à adopter des initiatives similaires. L'Europe a pris plus de temps pour mettre en œuvre ces initiatives de soutien comme, par exemple, le réseau WES et le projet FAME qui sont apparus seulement dans les années 2000. Par la suite, en 2008, l'Union européenne a intégré le *Small Business Act* afin de soutenir l'entrepreneuriat féminin (Lebègue & Constantinidis, 2016). Les comparaisons entre les différents pays au

niveau international ont d'ailleurs confirmé que les femmes dans l'entrepreneuriat sont un élément déterminant pour la compétitivité et la prospérité de chaque nation, ce qui incite davantage les différentes nations à renforcer leurs politiques de soutien à ce sujet (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Les mérites de l'entrepreneuriat féminin sont d'ailleurs mis en avant et montrent leur apport car, comme le démontre le Global Entrepreneurship Monitor (GEM), il y a une corrélation directe entre le taux d'activité entrepreneurial féminin et la croissance économique de chaque pays (Lebègue & Constantinidis, 2016). L'entrepreneuriat féminin est un levier important tant au niveau de la création d'emplois que pour l'innovation et la prospérité sociétale (Lebègue & Constantinidis, 2016). Il est également remarqué que les femmes ont un impact considérable dans la reprise et la transmission des entreprises, jouant un rôle pour maintenir et transformer des emplois au fur et à mesure du temps. Un phénomène de croissance économique qui est d'ailleurs renforcé par leur propension à réinvestir une grande part de leurs profits contrairement aux hommes, notamment dans des secteurs indispensables comme l'éducation, la santé et la nutrition de leur famille. Tout cela permet ainsi d'avoir un impact positif pour la prospérité de manière globale et l'amélioration des conditions de vie des différentes communautés, confirmant ainsi le rôle économique positif de l'entrepreneuriat féminin (Lebègue & Constantinidis, 2016).

A l'heure actuelle, l'entrepreneuriat féminin attire de plus en plus l'attention des décideurs politiques, des institutions publiques ainsi que les acteurs économiques comme le prouvent les initiatives de soutien mises en place au sein de l'Union européenne et les réseaux d'accompagnement (Chasserio et al., 2016). Toutefois, malgré ses avancées, les inégalités perdurent dans le monde entrepreneurial, dans lequel des valeurs androcentriques continuent de définir les rôles et de freiner l'accès des femmes aux opportunités entrepreneuriales (Chasserio et al., 2016). Des inégalités appréciables à travers une ségrégation horizontale et verticale profondément inscrite, rappelant que, malgré les progrès notables, l'entrepreneuriat demeure encore largement dominé par des normes masculines (Chasserio et al., 2016).

Toutefois, si l'entrepreneuriat féminin connaît un intérêt florissant de nos jours, il est important de ne pas le considérer comme un groupe homogène. En effet, toutes les femmes qui décident d'entreprendre ne vivent pas les mêmes réalités. Certaines additionnent plusieurs formes de discriminations, notamment en lien avec leur origine. C'est le cas des femmes issues de minorités ethniques, dont les parcours demeurent encore trop invisibilisés dans l'entrepreneuriat ainsi que par les recherches et les politiques publiques.

2.4. Les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques

2.4.1 Définition “Origine ethnique”

Le terme “Origine ethnique” selon Statistique Canada (2021) fait référence aux origines ethniques ou culturelles des ancêtres d’une personne. Les groupes ethniques possèdent une identité, un patrimoine ainsi qu’une ascendance ou des antécédents communs, qui s’accompagnent souvent de traditions culturelles, d’une langue ou d’une religion similaire.

Toutefois, il est intéressant de rajouter une dimension critique et sociologique à cette définition. Dans ce sens, Max Weber propose une définition plus analytique en définissant les groupes ethniques comme des groupes humains « *Des groupes humains qui nourrissent une croyance subjective à une communauté d’origine fondée sur des similitudes de l’habitus extérieur ou des mœurs, ou les deux, ou sur des souvenirs de la colonisation ou de la migration, de sorte que cette croyance devient importante pour la propagation de la communalisation – peu importe qu’une communauté de sang existe ou non objectivement.* » (cité par Lamine, 2006, p.2).

2.4.2 Données limitées sur l’entrepreneuriat des femmes issues de minorités ethniques

Selon le Réseau européen de promotion de l’entrepreneuriat féminin, ces femmes représentent un domaine émergent dans le monde entrepreneurial, dont les particularités doivent être prises en compte, mais les données statistiques détaillées à leur sujet restent très limitées (Commission européenne, 2007).

De plus, le réseau européen contre le racisme (ENAR) souligne le manque de données comparables, ventilées selon l’origine ethnique, le genre, la religion ou le statut migratoire. Une difficulté en termes de statistiques qui nuit à la compréhension des dynamiques discriminatoires sur le marché du travail ainsi qu’à la mise en œuvre de mesures politiques adaptées (ENAR, 2012).

D’ailleurs, en Belgique, cette problématique perdure. Une étude réalisée par l’Institut wallon de l’évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS) montre que les femmes étrangères subissent un double handicap, mêlant genre et origine. Un double handicap qui renforce leur vulnérabilité en matière d’accès aux ressources économiques, même si peu d’indicateurs se focalisent spécialement sur leur trajectoire dans l’entrepreneuriat (Ouali & Cennicola, 2012).

Afin de pouvoir comprendre les trajectoires entrepreneuriales des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques, il est primordial de comprendre ce qui incite un individu à entreprendre. Ce chapitre offre l’exploration des différentes approches théoriques de la

motivation, en abordant successivement les motivations entrepreneuriales générales, celles propres aux femmes, puis enfin celles spécifiques aux femmes issues de minorités ethniques.

2.5 Motivations

2.5.1 Définition de la “motivation”

“La motivation est une énergie qui nous fait courir” selon Pantanella (1992, cité par Vianin, 2007, p.10). Vianin (2007) fait appel à d’autres auteurs comme Aubert (1994), qui définit la motivation tel qu’“un starter de la démarche vers...ce qui pousse à...ce qui donne l’élan” et Decker (1988), qui la définit comme “une source d’énergie psychique nécessaire à l’action”. Ces différentes visions ont toutes un point en commun, en percevant la motivation comme une force dynamique, un moteur qui pousse à agir.

Par conséquent, bien que la définition de la motivation puisse varier en fonction de l’auteur, toutes les recherches considèrent le terme de “motivation” comme un phénomène dynamique, impacté par des facteurs internes et externes, qui pousse l’individu à agir (Vianin, 2007).

Les définitions évoquées par les différents auteurs permettent de poser les bases conceptuelles du terme. Cependant, elles ne permettent pas de comprendre les particularités des motivations entrepreneuriales. C’est pour cela qu’il est pertinent de s’intéresser aux auteurs ayant réalisés des recherches spécifiques sur les motivations liées à l’entrepreneuriat, le fait d’entreprendre pour pouvoir identifier les principaux éléments théoriques qui structurent cette dynamique.

Afin de comprendre les bases théoriques des motivations entrepreneuriales, il est d’abord intéressant de replonger dans la conception classique de l’entrepreneur.

2.5.2 Cadre théorique & théorie dominante des motivation entrepreneuriales

La vision des économistes classiques perçoit l’entrepreneur comme un acteur économique en quête de profit tandis que l’entreprise est perçue comme un outil de génération de richesse (Berry & Deshayes, 2020). C’est le cas de Jean-Baptiste Say au XIXe siècle, qui représentait l’entrepreneur comme un individu guidé par la recherche de profit (cité par Carsrud & Brännback, 2011). Pendant des décennies, cette vision a été maintenue par la littérature, qui considérait la décision d’entreprendre comme un choix avant tout rationnel, motivée par la volonté de maximiser les bénéfices économiques (Arenius & Minniti, 2005).

Un autre courant explicatif des motivations entrepreneuriales a également été largement théorisé par la littérature, ce qui permet de mettre en lumière les divers contextes dans lesquels les individus décident de passer à l’acte d’entreprendre (Bellanca & Colot, 2014). D’après cette théorie, les motivations à entreprendre peuvent être classées selon deux

logiques distinctes : le “*push*” qui évoque la nécessité tandis que le “*pull*” fait référence à l’opportunité. Les auteurs Coulaud et Guidici (2020) renforcent ces propos, en disant que créer une entreprise repose sur des motivations qui varient au fil du temps, dépendant des défis rencontrés par les entrepreneurs.

Dans les contextes de “*push*”, l’entrepreneuriat est perçu comme une alternative suite à des contraintes telles que la perte d’emploi, le chômage, les personnes en situation de licenciement ou en précarité ainsi que les difficultés à intégrer le marché du travail. Ainsi, dans ces situations, ces individus se lancent dans l’entrepreneuriat sous pression, à cause de contraintes externes activant les leviers “*push*” (Léger-Jarniou, 2013). A l’inverse, les leviers “*pull*” reposent sur des aspirations positives comme la quête de sens, la recherche d’indépendance et d’autonomie ainsi que la liberté et l’épanouissement professionnel (Léger-Jarniou, 2013 ; Coulaud & Guidici, 2020).

Toutefois, au-delà de cette vision historique et cette distinction des leviers push et pulls, d’autres chercheurs mettent en évidence des motivations plus nuancées.

2.5.3 Motivations intrinsèques et extrinsèques

L’enquête de Coulaud et Guidici (2020) montre que d’autres entrepreneurs ont également partagé des motivations plus personnelles, comme le besoin d’accomplissement personnel, l’envie d’être son propre patron, une passion pour un domaine particulier, la volonté d’innover et de mettre de nouveaux produits ou services sur le marché ou encore celle de transmettre un savoir-faire familial ou d’avoir un impact sociétal positif avec leur activité.

Cela amène aux deux grandes sources de motivations, les facteurs intrinsèques et extrinsèques abordés par Carsrud et Brännback (2011). Ces auteurs soulignent que les entrepreneurs peuvent être animés par des facteurs intrinsèques et/ou extrinsèques. La motivation dite *intrinsèque* fait référence à des aspirations personnelles telles que l’épanouissement personnel, l’engagement par passion ou le désir d’accomplissement. A contrario, la motivation *extrinsèque* est influencée par des facteurs externes comme les opportunités financières ou la reconnaissance sociale auprès des autres (Carsrud & Brännback, 2011).

Les auteurs Carsrud et Brännback (2011), renforcent leurs propos à l’aide de théories psychologiques pour expliquer les motivations entrepreneuriales. En prenant la théorie des besoins de McClelland, trois facteurs clés peuvent être mis en avant : le besoin d’accomplissement qui pousse à se dépasser, à relever des défis ; le besoin d’affiliation, c’est-à-dire l’envie de créer des relations et de travailler en équipe ; le besoin de pouvoir donnant envie d’avoir une influence sur leur environnement (Carsrud & Brännback, 2011).

Par conséquent, on constate que l’environnement a un impact et joue un rôle dans le développement des motivations entrepreneuriales. Une économie dynamique, des politiques

publiques en faveur de la création d'entreprise et la présence de réseaux de soutien sont des éléments externes qui influencent grandement la décision d'une personne à entreprendre. C'est dans ce contexte, que les auteurs font la distinction entre les entrepreneurs par opportunité ou par nécessité (Carsrud & Brännback, 2011).

Finalement, les auteurs expliquent que deux perceptions peuvent avoir une grande influence quant à la motivation à entreprendre : la faisabilité et la désirabilité. Un individu qui estime avoir les compétences requises, ayant les ressources nécessaires et dont l'idée de fonder une entreprise semble attrayant, gratifiant sera plus susceptible de créer une entreprise (Carsrud & Brännback, 2011).

2.5.4 Formes d'entrepreneuriat alternatives

A côté de cela, avec le temps, de nouvelles formes d'entrepreneuriat alternatives ont fait leur apparition, pointant d'autres motivations qui n'étaient pas prise en compte auparavant dans la littérature.

Les auteurs Berry et Deshayes (2020), ajoutent que l'image de l'entrepreneur est davantage associée à celle d'un dirigeant d'entreprise masquant ainsi son rôle d'innovateur et de vecteur de changement. Néanmoins, la recherche de profit n'est en réalité pas la motivation principale pour de nombreux acteurs. Certains individus qu'on pourrait décrire comme des "entrepreneurs" mettent beaucoup d'énergie pour mettre en place des projets collectifs innovants, sortant ainsi du contexte uniquement entrepreneurial. De plus en plus de profils de ce style font leur apparition et mériteraient de recevoir davantage de reconnaissance étant donné qu'ils mettent en œuvre des solutions s'inscrivant dans une perspective plus durable et significative, en opposition avec des recherches économiques axées sur du court terme (Berry & Deshayes, 2020).

C'est notamment le cas avec l'apparition de l'entrepreneuriat social, qui montre un changement de point de vue où les entrepreneurs cherchent à répondre aux besoins des populations en situation de vulnérabilité (sur le plan économique, mental, physique) (Lakhal, 2022). Ces entrepreneurs privilégient l'objectif sociétal tout en garantissant leur pérennité avec un financement suffisant, sans pour autant en faire un but en soi (Lakhal, 2022). Il en va de même pour les artistes et les acteurs du secteur culturel qui, guidés par une passion pour leur art, doivent concilier leur passion créative avec des objectifs économiques pour permettre la pérennité de leur projet (Dechamp & Horvath, 2021).

D'autres recherches telles que l'enquête de Coulaud et Guidici (2020) montre que d'autres entrepreneurs ont également partagé des motivations plus personnelles, comme le besoin d'accomplissement personnel, l'envie d'être son propre patron, une passion pour un domaine particulier, la volonté d'innover et de mettre de nouveaux produits ou services sur le marché ou encore celle de transmettre un savoir-faire familial ou d'avoir un impact sociétal positif avec leur activité.

Finalement, certains travaux montrent d'ailleurs des différences en termes de motivations entre la gent masculine et féminine. C'est le cas de l'Olm (1986), cité par les auteurs Carsrud et Brännback (2011), qui démontre que les femmes ont généralement l'habitude de privilégier un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle alors que les hommes sont plus réceptifs aux questions de performance financière.

Cette distinction invite donc à explorer davantage les motivations propres aux femmes dans le domaine entrepreneurial compte tenu de leurs aspirations.

2.5.5 Les motivations propres aux femmes entrepreneures

Les facteurs Push et Pull s'appliquent également pour comprendre les diverses motivations dans le cadre de l'entrepreneuriat féminin selon D'Andria et Gabarret (2016) ainsi que Lebègue et Constantinidis (2016).

En ce qui concerne les facteurs de motivations push, on retrouve les obstacles liés au plafond de verre, le manque de reconnaissance professionnelle, la lassitude professionnelle ainsi que le manque d'opportunité de carrière. Les femmes sont également motivées par les discriminations liées au genre au travail, un licenciement, la conciliation entre la vie professionnelle et personnelle (Lebègue & Constantinidis, 2016). D'Andria et Gabarret (2016) évoquent aussi la frustration au travail, la nécessité économique, le manque de structure pour garder les enfants, la recherche de flexibilité, le chômage, l'insuffisance des revenus.

Quant aux facteurs de motivation pull identifiés, on remarque que les femmes entrepreneures sont principalement animées par une quête d'indépendance professionnelle et d'épanouissement personnel, aspirant par la même occasion de faire de leur passion une activité professionnelle. On retrouve ici des désirs de nature intrinsèque qui les anime profondément comme le désir de réalisation, la recherche d'une plus grande satisfaction au travail (Lebègue & Constantinidis, 2016 ; D'Andria & Gabarret 2016).

Toutefois, comme le soulignent les auteurs D'Andria et Gabarret (2016), même si les facteurs de motivation restent stables, des articles auraient tendance à considérer que certaines femmes entrepreneures sont en général plus motivées par des facteurs push alors que d'autres considèrent davantage les facteurs pull ou bien un mélange des facteurs push et pull.

Finalement, bien qu'une stabilité règne parmi les motivations entrepreneuriales des femmes, les auteurs Lebègue et Constantinidis (2016) ajoutent qu'il est indispensable de noter que les femmes entrepreneurs ne sont pas un groupe homogène et qu'il y a de nombreux profils de créatrices différentes, afin d'éviter tout stéréotype de genre. Ce sont leur style de vie, leur structure familiale, leurs aspirations et choix personnels et professionnels qui expliquent le fait que les femmes ne partagent pas toutes les mêmes motivations et confirment que les femmes entrepreneures ne sont pas un groupe homogène (D'Andria & Gabarret (2016). Les profils des femmes entrepreneures varient en fonction de leurs ambitions et de leurs

ressources. Certaines cherchent à atteindre une forte croissance, notamment dans des secteurs comme l'industrie ou la technologie, tandis que d'autres privilégient une stabilité financière et un équilibre familial dans des secteurs comme les services ou le commerce de détail (Lebègue & Constantinidis, 2016). D'autres études, distinguent les femmes entrepreneures en fonction de leur capital humain, social et financier, révélant des profils différents selon les ressources disponibles (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Cette pluralité de profils et le caractère non homogène du groupe des femmes entrepreneures nous invite à nous intéresser aux trajectoires des femmes touchées par des rapports d'oppression multiples. Comme mentionné précédemment, le cadre du concept l'intersectionnalité, qui tend à comprendre les diverses discriminations vécues simultanément par des individus en raison de leur genre, de leur origine ethnique, de leur religion. Par conséquent, cette approche intersectionnelle invite à se questionner quant aux motivations des femmes issues de minorités ethniques.

2.5.6 Motivations des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques

Afin de mieux comprendre les motivations entrepreneuriales des femmes venant de minorités ethniques, nous appuierons nos propos grâce à une étude réalisée récemment en 2023 par De Smet et al. (2023) faisant parti du réseau d'expertise Business and Management de l'Artevelde University of Applied Sciences. Il s'agit d'une recherche qualitative portant sur le parcours des femmes entrepreneurs d'origine africaine (première et deuxième génération) venant de Belgique (Flandre et Bruxelles). L'objectif de l'étude étant d'analyser l'impact des attentes sociales des réseaux formels et informels sur la gestion de leurs entreprises, ainsi que leur positionnement par rapport à l'intersectionnalité du genre, de l'ethnicité et de l'entrepreneuriat.

L'étude menée par De Smet et al. en 2023 utilise aussi des facteurs d'attraction pull et des facteurs de répulsion push pour expliquer les motivations des femmes entrepreneures issues de diverses racines en Belgique.

En ce qui concerne les facteurs d'attraction, on retrouve des motivations telles la recherche d'indépendance, l'autonomie financière ainsi que la flexibilité des horaires déjà mentionnés par les femmes entrepreneures de manière générale (De Smet et al., 2023). Toutefois, on remarque des motivations qui leur sont propres grâce à leurs origines ethniques.

L'opportunité d'affaires et la valorisation de l'expérience : Elles voient l'entrepreneuriat comme une opportunité en développant des entreprises qui puissent répondre à des demandes/besoins spécifiques du marché, qui est souvent liée à la culture d'origine ou à des manques identifiés. Leur culture natale et leur parcours entrepreneurial peuvent également les motiver à entreprendre une carrière de coach ou de consultante en valorisant leur expérience personnelle et/ou professionnelle (De Smet et al., 2023).

Contribuer à un impact social : Une motivation forte de ces entrepreneurs est le désir d'aider les autres à se lancer et de créer un changement positif dans leur environnement. Cela peut venir de leur propre expérience personnelle due au manque d'aide (De Smet et al., 2023).

Le partage de leur culture et de leurs racines : On remarque que pour ces femmes entrepreneures, l'entrepreneuriat est aussi un moyen de conserver un lien avec leur héritage culturel et de partager/transmettre en Belgique grâce à leurs produits/services. Elles veulent mettre en lumière des aspects de leur culture d'origine (De Smet et al., 2023).

L'étude menée par Fleury (2016) en ce qui concerne la sociologie de la culture et des pratiques culturelles met en lumière le rôle prépondérant de la culture comme un outil de distinction sociale et de reproduction des inégalités. D'après l'auteur, la culture n'est pas uniquement une simple consommation mais est marquée par des rapports de pouvoir qui donnent la possibilité à certains groupes sociaux de se différencier des autres. Des rapports de pouvoir qui touchent les classes sociales ainsi que les diverses dimensions de genre, d'ethnicité et d'origine sociale (Fleury, 2016).

Fleury (2016) explique que les pratiques culturelles sont exploitées comme des marqueurs sociaux, permettant à certains groupes sociaux de garder ou de changer leur position dans la hiérarchie sociale. Ces pratiques culturelles en général vues comme "légitimes", sont dominées par des normes qui préfèrent certaines formes de culture au détriment d'autres.

L'entrepreneuriat culturel est pour les femmes racisées un moyen d'exprimer et de mettre en valeur leur identité culturelle, tout en luttant contre les stéréotypes liés à leur origine ethnique. Dans cette dynamique, l'entrepreneuriat est une forme de résistance aux normes culturelles dominantes et permet aussi de réaffirmer un patrimoine en général marginalisé (Fleury, 2016).

Fleury (2016) réitère que l'accès à la culture et aux ressources culturelles est une fonction de rapports de pouvoir et d'inégalités sociales. Pour les femmes de minorités ethniques, les pratiques culturelles sont perçues comme inférieures par rapport aux classes dominantes, les excluant souvent des lieux de pouvoir et de reconnaissance.

Au vu de ce contexte, l'entrepreneuriat culturel agit comme une réponse au vu de l'absence de reconnaissance, permettant à ces femmes de créer des espaces inclusifs et de pouvoir réaffirmer leur identité culturelle en toute indépendance, tout en cassant les barrières construites par les normes culturelles et économiques dominantes.

D'autres motivations sont mises en avant, poursuivre leur passion : Comme tout entrepreneur, l'envie de s'épanouir personnellement et de se réaliser pleinement est une motivation pour ces femmes. La passion pour une certaine activité ou produit spécifique est en général un vecteur important dans les motivations entrepreneuriales (De Smet et al., 2023). Servir d'exemple : inspirer d'autres personnes et en particulier les personnes venant

de leur communauté afin de leur prouver que la réussite est possible malgré les embûches (De Smet et al., 2023).

Une dernière motivation est l'envie d'avoir un impact positif sur leur pays d'origine et de contribuer au développement économique. Cette motivation étant importante en particulier pour les femmes immigrantes venant de la première génération (De Smet et al., 2023).

Concernant les facteurs push, on retrouve (De Smet et al., 2023) :

La difficulté à accéder au marché du travail ainsi que l'insatisfaction au travail : En raison de discriminations ; des barrières linguistiques ou simplement à cause d'emplois qui ne sont pas adaptés à leurs qualifications, ces femmes se tournent vers l'entrepreneuriat. L'expérience négative dans le monde de l'emploi joue également un rôle dans cette décision d'entreprendre (De Smet et al., 2023).

La nécessité financière : En cas de situation précaire ou d'une perte d'emploi, certaines femmes optent pour l'entrepreneuriat étant donné le besoin urgent de générer des revenus

Être active et éviter le chômage : Les femmes en situation de chômage se tournent parfois vers le parcours entrepreneurial afin de rester engagé et productive plutôt que de se heurter aux difficultés provoquées par le chômage (De Smet et al., 2023).

La sphère personnelle et familiale : Des situations personnelles compliquées ou la difficulté de concilier responsabilités parentales avec un travail salarié sont aussi des motivations pour certaines femmes recherchant davantage de flexibilité (De Smet et al., 2023).

Toutefois, l'étude souligne que pour la plupart des femmes, générer des revenus n'est pas la principale motivation peu importe la source de la motivation (push/pull). Il est également intéressant de mentionner que certaines motivations sont perçues de façon différente par ces femmes par rapport aux organisations de soutien (De Smet et al., 2023).

Il est d'ailleurs intéressant et important de mentionner que cette étude réalisée par De Smet et al. (2023) fait la distinction entre la première génération et les générations qui suivent (Deuxième et troisième génération).

Conclusion

En conclusion, les motivations liées à l'acte d'entreprendre ne peuvent pas être regroupées dans une logique uniforme et universelle. Elles sont à l'origine d'une combinaison complexe et variée de facteurs économiques, sociaux, psychologiques et identitaires. Bien que les théoriques classiques permettent d'apporter un cadre général, les recherches réalisées plus récemment mentionnent la diversité des parcours et des aspirations notamment chez les femmes et les entrepreneures issues de minorités ethniques. Ces spécificités rappellent

également l'importance d'adopter une lecture intersectionnelle afin de capter les choix entrepreneuriaux.

Les motivations entrepreneuriales montrent une richesse et une diversité des parcours. Toutefois, les trajectoires liées à l'entrepreneuriat recouvrent également des défis. La suite de ce travail se penche sur les difficultés spécifiques que rencontrent les femmes, tout en ajoutant les dimensions de genre et d'origine ethnique afin de toujours garder cette perspective intersectionnelle.

2.6 Les défis

2.6.1 Définition du “défi”

La notion de “défi” telle qu'abordée dans ce mémoire peut être définie comme “Un défi est une épreuve, un obstacle ou un objectif ambitieux que l'on se fixe ou que l'on impose à quelqu'un d'autre. Il implique généralement une notion de difficulté et de dépassement de soi, nécessitant des efforts, du courage et de la persévérance pour être relevé. Le défi peut être physique, intellectuel, professionnel ou personnel, et il constitue souvent une source de motivation et de progression” (Le Dictionnaire, s.d., para.1).

Dans le cadre professionnel, relever un défi signifie souvent “surmonter un obstacle ou atteindre un objectif ambitieux dans sa carrière. Il peut s'agir d'un projet complexe à mener, d'un poste à responsabilité à assumer ou d'une entreprise à créer. Les défis professionnels stimulent la créativité, la capacité d'adaptation et la résilience face aux difficultés. Ils sont souvent perçus comme des opportunités de progression et d'apprentissage, bien que certains puissent générer du stress et des tensions” (Le Dictionnaire, s.d., para.3).

2.6.2 Les défis externes rencontrés par les femmes entrepreneures

L'auteur Santoni (2016) démontre que les femmes se lançant dans l'entrepreneuriat font face à des défis particuliers qui les différencient de leurs homologues masculins, notamment en Amérique du Nord, en Europe de l'Est et en Europe du Nord-Ouest. On y retrouve un accès limité aux réseaux, des difficultés liées au financement lors du démarrage de leur entreprise, un manque de reconnaissance ainsi qu'une sous-estimation de leurs compétences managériales (Santoni, 2016). Toutefois, deux obstacles majeurs se détachent : la difficulté liée à l'obtention de financement et l'accès limité aux réseaux et structures d'accompagnement (Santoni, 2016).

Comme l'indique Santoni (2016), ces difficultés sont des caractéristiques structurelles propres à l'entrepreneuriat féminin. Cette observation rejoint d'ailleurs les conclusions de plusieurs auteurs qui avaient déjà identifié ces obstacles spécifiques les années antérieures. Les travaux de St-Jean et al. (2013) cités dans Santoni (2016) appartenant à la littérature francophone

confirment eux aussi cette distinction quant au fait que les femmes et les hommes ne sont pas confrontés aux mêmes obstacles dans le milieu entrepreneurial.

Toutefois, Santoni (2016) souligne ces obstacles en disant que ceux-ci pourraient se transformer potentiellement en leviers pour créer des solutions qui contribuent au bon développement de l'entrepreneuriat féminin. A la place de voir ces obstacles comme des blocages, on peut s'en servir pour mettre en place des aides plus adaptées aux besoins des femmes entrepreneures.

a) L'accès limité au financement

Obtenir des fonds au moment de la création de l'entreprise ou dans des phases de développement est un enjeu majeur pour les femmes entrepreneures. Pourtant, diverses recherches ont démontré une plus haute intensité capitalistique chez les hommes comparé aux femmes, qui vont avoir tendance à recourir à la sphère familiale pour obtenir des fonds propres (Chasserio et al., 2016). Cette tendance vis-à-vis du couple ou de la famille peut s'expliquer par une certaine réticence à solliciter des financements externes par les femmes.

En réalité, les femmes entrepreneures ne s'adressent aux banques ou aux institutions financières que par nécessité (Chasserio et al., 2016). Près de la moitié des femmes entrepreneures venant d'Europe qui estiment avoir un accès plus compliqué avec les financements extérieurs comparé aux hommes. Il ajoute que seulement 28% d'entre elles font une demande de crédit bancaire (Chasserio et al., 2016).

Cela n'est pas sans conséquence sur le bon développement entrepreneurial de leurs entreprises. Comme le soulignent Chasserio et al. (2016), les différences observées en termes de performance d'entreprise dirigées par des hommes et des femmes s'expliquent majoritairement par la différence de capital en phase de démarrage. Par conséquent, il n'est guère surprenant de voir que les femmes ont généralement des entreprises de plus petite taille, qui comptent peu ou pas de salariés et présentent une pérennité fragilisée (Chasserio et al., 2016).

Chasserio et al. (2016), approfondissent en ajoutant que les femmes entrepreneures optent pour des projets requérant peu de capital au démarrage, qui est en général financé par des emprunts venant de l'entourage proche. Une stratégie servant à limiter les risques financiers mais qui peut tout de même aussi freiner la croissance du projet.

Ce moindre recours aux financements externes peut aussi s'expliquer par des dynamiques de genre impactant à la fois l'offre et la demande de financement.

Du côté des femmes entrepreneures, certains facteurs peuvent expliquer ce déséquilibre comme l'expliquent Lebègue et Constantinidis (2016). On retrouve la taille, l'âge ainsi que le secteur dans lesquels elles s'investissent, des entreprises jeunes, petites dans des secteurs

comme les services, ou le commerce de détail, qui ne requièrent pas de gros investissements (Lebègue & Constantinidis, 2016). De plus, les femmes entrepreneures ont tendance à être plus prudentes et à préférer l'autofinancement et une croissance modérée limitant aussi le recours à l'endettement. Un choix également influencé par la sphère familiale qui est en général assez présente, limitant également le développement des réseaux professionnels qui sont souvent indispensables pour avoir recours à certains financements (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Des freins liés aux perceptions peuvent aussi expliquer ces disparités. Les femmes entrepreneures anticipent les obstacles liés à l'accès aux financements, ce qui peut avoir tendance à les dissuader de solliciter une demande par peur d'avoir un refus ou par manque de confiance en elles (Chasserio et al., 2016).

Quant aux financeurs, bien qu'il n'y ait pas de discrimination faite sur base du genre, certains facteurs indirects peuvent avoir un impact. Etant donnée la taille, la croissance limitée ainsi que les secteurs perçus comme moins rentables des entreprises portées par les femmes, les investisseurs adoptent une attitude plus prudente à leur égard (Chasserio et al., 2016)

La relation banque-entreprise influencée par le genre a aussi son importance comme le mettent en évidence Lebègue et Constantinidis (2016). Des résultats affirment que les hommes bénéficieraient de liens plus durables et satisfaisants avec leur conseiller bancaire, permettant ainsi une amélioration à l'accès au crédit (Lebègue & Constantinidis, 2016). A contrario, on remarque qu'en cas de difficultés, les femmes entrepreneures vont avoir tendance à changer de banque lors de difficultés, ce qui montre une moindre confiance dans la relation avec l'institution financière (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Finalement, des disparités informationnelles perdurent entre les femmes entrepreneures et les institutions financières. Cela est dû à leur faible participation dans les réseaux d'affaires professionnels, qui les limite dans leur connaissance concernant les dispositifs accessibles. Quant aux financeurs, ils possèdent en général très peu d'informations sur les profils de ces femmes ou de leurs projets, les rendant ainsi moins aptes à donner leur confiance (Lebègue & Constantinidis, 2016).

b) La moindre présence dans les réseaux d'affaires professionnelles

L'accès aux réseaux d'affaires professionnelles est un enjeu indispensable dans tout parcours entrepreneurial étant donné les nombreux avantages que ceux-ci permettent ; l'accès à l'information, aux conseils, à des ressources spécifiques ainsi que la possibilité de bénéficier d'opportunités d'affaires (Santoni & Barth, 2014 ; Santoni, 2016).

Toutefois, les femmes entrepreneures sont désavantagées en matière de réseautage professionnel. La littérature met en lumière le fait que, comparées aux hommes, les femmes bénéficient d'un accès plus limité aux réseaux, tant formels que informels (Santoni, 2016 ; Santoni & Barth, 2014), constituant un important frein à la création, la survie et à la bonne croissance de leurs entreprises (Santoni, 2016 ; Santoni & Barth, 2014).

Historiquement, les hommes ont géré davantage de postes à responsabilité, leur permettant ainsi de nouer des liens robustes au sein de réseaux professionnels formels avant même de commencer un parcours dans l'entrepreneuriat (Santoni & Barth, 2014).

Les femmes voient leurs "relations-atouts" dans leur sphère intime (compagnons, proches) contrairement aux hommes qui optent pour des contacts professionnels stratégiques comme leurs avocats, experts-comptables (Santoni & Barth, 2014). Cela est d'ailleurs confirmé tant par la littérature anglophone que francophone (Santoni, 2016 ; Santoni & Barth, 2014) qui valident la prédominance de la famille et des proches comme des liens forts, au détriment de contacts professionnels considérés comme des liens faibles. Néanmoins, les professionnels (tels que des avocats, experts-comptables) sont les personnes qui permettent en général d'accéder à de nouvelles ressources et opportunités dans le monde des affaires (Santoni, 2016).

On remarque aussi que les femmes entrepreneures ont tendance à se diriger davantage vers des réseaux locaux comme des associations de proximité ou des clubs conçus pour les femmes entrepreneures, restant ainsi sous-représentés dans des réseaux d'affaires qui s'implantent sur un plan régional ou national (Lebègue & Constantinidis, 2016). Cela montre une stratégie de réseautage fondée davantage sur une forte confiance interpersonnelle et une préférence pour des personnes avec lesquelles elles se sentent en affinité (Lebègue & Constantinidis, 2016). Cela dit, bien que ces relations de confiance et de proximité fournissent un certain soutien moral et pratique, elles réduisent la diversité et l'étendue du capital social des entrepreneures, rendant ainsi l'efficacité de leurs réseaux dans un environnement entrepreneurial compétitif (Bacha et al., 2016).

A côté de ces freins structurels s'additionnent d'autres facteurs d'ordre contextuel et psychosocial. Les femmes souvent appelées par leurs responsabilités familiales ont moins de temps à consacrer aux activités de réseautage (Bacha et al., 2016).

D'autres freins comme la distance géographique, le manque d'accès à l'information, le manque de confiance en soi ou encore la crainte de ne pas se sentir légitime dans des réseaux historiquement dominés par les hommes souvent décrits comme des "old boys' networks", ont été identifiés (Lebègue & Constantinidis, 2016). Des freins indirects comme la cooptation, les mécanismes d'entrée implicites et les coûts financiers peuvent aussi réduire l'inclusion des femmes entrepreneures au sein de ces cercles d'affaires. D'après (Lebègue & Constantinidis, 2016),

De plus, d'autres raisons comme le manque de confiance en soi, la crainte des discriminations et le sentiment d'incompétence peuvent expliquer pourquoi les femmes s'incluent moins dans des réseaux formels dominés par les hommes (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Toutefois, malgré les difficultés rencontrées, les femmes entrepreneures ont mis en œuvre des stratégies alternatives de réseautage. Elles s'impliquent davantage dans des réseaux féminins, qui d'ailleurs se sont multipliés depuis quelques années en France et en Belgique (Santoni, 2016 ; Lebègue & Constantinidis, 2016). La spécificité de ces réseaux féminins réside dans leur objectif de combattre l'isolement, permettre les échanges sur des problématiques spécifiques aux femmes et de promouvoir une entraide collective, surtout dans la phase de démarrage en entreprise (Santoni, 2016 ; Bacha et al., 2016). Par ailleurs, certaines femmes vont intégrer des cercles mixtes pour élargir leurs réseaux une fois qu'elles ont atteint un stade plus avancé dans leur développement d'entreprise dans une recherche d'expansion territoriale et professionnelle (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Finalement, l'apparition des réseaux hybrides mélangeant interactions présentiels et distancielles est également une alternative possible en ce qui concerne leurs défis temporels et géographiques (Bacha et al., 2016 ; Santoni, 2016). L'utilisation croissante des outils numériques pour réseauter combiné avec la transformation culturelle induite par le numérique chez les jeunes générations permettrait de revoir les pratiques de réseautage féminin. Toutes ces nouvelles apparitions pourraient faire des réseaux, jusqu'à présent vus comme un frein, un réel levier pour l'entrepreneuriat des femmes (Santoni, 2016).

c) Conciliation vie personnelle et vie professionnelle

Selon Richomme-Huet et d'Andria (2013), l'implication continue des tâches domestiques et éducatives assumées par les femmes représente un frein majeur à leur performance entrepreneuriale. François Fatoux, un ancien membre du Haut Conseil à l'égalité entre les hommes et les femmes évoque une charge mentale comme étant " 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" (Toussaint, 2018, p.16).

Comme le révèle Galer (2019), les femmes se chargent en grande majorité des soins aux enfants et aux tâches domestiques, impactant leur parcours professionnel et réduisant leur

autonomie financière. A contrario, les hommes restent moins enclins à s'investir dans la vie familiale, à cause des dispositifs de congé restreint peu adaptés.

Il est aussi important de souligner la complexité concernant la situation des femmes entrepreneures qui sont impliquées dans des secteurs exigeants en termes de disponibilité, c'est le cas dans le secteur du commerce ou des services à la personne qui leur freine la flexibilité recherchée par ces femmes. Un grand nombre d'entrepreneures se voient dans l'obligation de travailler davantage le soir ou les weekends que si elles occupaient un poste salarial tout en devant réaliser la majorité des tâches domestiques (Chasserio et al., 2013).

Ces doubles responsabilités (professionnelles et domestiques) évoquent le double fardeau décrit par Muhammad Aziz (2023). Un concept qui fait référence à la surcharge que subissent les femmes qui doivent assumer seules ou principalement les tâches du foyer en plus de leur travail rémunéré. Aziz (2023) mentionne d'autres éléments qui renforcent ces inégalités comme le manque de reconnaissance des charges domestiques, les écarts salariaux, l'accès limité à l'éducation et la persistance des normes patriarcales qui confèrent aux femmes ce rôle de "gestionnaire du foyer" alors que les hommes sont vus comme les principales sources des revenus du foyer (Aziz, 2023). Cette inégalité quant aux répartitions des rôles accorde aux hommes un pouvoir intensifié au sein du couple et laissant les femmes dans une situation de dépendance économique (Aziz, 2023).

Il est aussi important de souligner que ce "double fardeau" n'est pas sans conséquence pour ces femmes qui sont exposés à une fatigue physique, un stress chronique et à une pression mentale constante au quotidien. La santé mentale et le bien-être de ces femmes est impacté et peut provoquer en elles un manque ou une perte de confiance en elles, un isolement social ainsi qu'une diminution d'efficacité tant dans la sphère professionnelle que personnelle (Aziz, 2023).

Par conséquent, le double fardeau que porte ses femmes sur leur dos ne représente pas seulement un défi du quotidien mais constitue un réel obstacle structurel à l'égalité de genre, qui a des répercussions sur les parcours professionnels et personnels de ces femmes sur du long terme (Aziz, 2023).

d) Discrimination de genre

Il n'est en réalité pas possible de comprendre l'entrepreneuriat féminin sans prendre en compte les dynamiques de genre qui le sous-entendent. Le genre, au-delà de faire la différence biologique entre l'homme et la femme, est une construction sociale soit un ensemble de normes, de représentations et de rapports de pouvoir qui bâtit les rôles donnés à chacun dépendant du sexe. Lebègue et Constantinidis (2016) évoque cette conception, critiquant l'habitude d'évaluer les femmes entrepreneures en fonction de critères masculins, ce qui provoque une interprétation biaisée de leurs performances et de leur légitimité.

Comme l'indiquent Lebègue et Constantinidis (2016), l'une des plus grandes contributions faites concernant l'entrepreneuriat féminin est le fait d'avoir démontré que l'entrepreneuriat est un phénomène genré, en d'autres termes influencés par des croyances socialement construites concernant les rôles sexuels.

En se basant sur les recherches faites par Jennings et Brush (2013), Lebègue et Constantinidis (2016) mentionnent que, du fait que l'activité entrepreneuriale soit construit autour de normes de genre/ à cause des normes de genre qui façonnent l'activité entrepreneuriale, cela impacte la façon dont les femmes se projettent dans l'entrepreneuriat mais aussi la manière dont elles sont perçues et jugées dans cet univers.

Toujours dans le cadre de leur analyse, Lebègue et Constantinidis (2016) évoquent également les travaux d'Ely et Padavic (2007) avec ceux de Calás et al. (2009) pour prouver que les comportements, les structures et les cultures organisationnelles sont influencés par des attentes liées au genre. Ce sont ces dispositifs institutionnels qui accentuent les inégalités entre les femmes et les hommes dans le secteur entrepreneurial, en restreignant l'accès à certains postes, ressources ou formes de reconnaissance (Lebègue & Constantinidis, 2016).

On retrouve ces dynamiques sociales à plusieurs niveaux dans le contexte entrepreneurial (Lebègue & Constantinidis, 2016) :

Au niveau sociétal, même si des évolutions sont réalisées pour assurer une meilleure égalité entre les hommes et les femmes, des stéréotypes liés au genre perdurent. Les femmes se heurtent à la représentation entrepreneuriale masculine qui met davantage en valeur la performance financière, l'ambition individuelle et l'autonomie, mettant de côté l'entrepreneuriat collaboratif ou social. O'Shea et al. (2021) partagent le même avis en dénonçant les standards entrepreneuriaux blancs, masculins, hétérosexuels et occidentaux qui marginalisent les formes d'entrepreneuriat réalisées par des femmes ou d'autres minorités.

Au niveau de la sphère familiale, le constat est le même en voyant que les femmes supportent encore la majorité des charges domestiques et éducatives au sein de leur foyer, limitant leur disponibilité, accès aux réseaux et leur capacité à s'investir pleinement dans leurs projets (Lebègue & Constantinidis, 2016).

A un niveau organisationnel, les auteurs Lebègue et Constantinidis (2016) démontrent que certains secteurs ou postes sont davantage associés à la gent masculine ou féminine, produisant ainsi des effets de ségrégation horizontale. Les femmes voient donc leurs opportunités limitées à cause de ces représentations, qui affectent aussi par la même occasion leur légitimité auprès des clients, partenaires et financeurs et pouvant provoquer de l'autocensure.

Il est également souligné que le fait de devoir se conformer à des normes masculines peut provoquer un syndrome de l'imposteur chez les femmes, comme l'indiquent O'Shea et al. (2021) dans une étude traitant de femmes entrepreneures guidées vers des motivations de croissance, dont certaines intériorisent ces normes au point de remettre en doute leur propre légitimité.

Toutefois, Lebègue et Constantinidis (2016) veulent tout de même rappeler que le genre n'est pas destiné à être prédéterminé. Certaines femmes parviennent à déjouer ou redéfinir les stéréotypes de genre et à développer des formes d'entrepreneuriat alternatives.

Finalement, O'Shea et al. (2021) insistent sur la nécessité de mettre en place une approche intersectionnelle incluant les diverses appartenances des entrepreneures comme leur genre, leur origine, leur classe, leur sexualité... Ils reprennent également les propos de De Souza et al. (2016) qui demandent d'aller au-delà de la simple distinction homme/femme et de reconnaître la complexité des identités et des différents parcours entrepreneuriaux. Cette vision permettrait de comprendre les différentes formes subtiles des discriminations mais aussi les stratégies d'émancipation mises en place par les femmes ainsi que d'autres groupes historiquement sous-représentés.

2.6.3 Les défis internes rencontrés par les femmes entrepreneures

Indépendamment des facteurs culturels ou institutionnels, le regard défavorable que la femme entrepreneure porte sur elle-même peut représenter un frein dans son parcours entrepreneurial.

a) Confiance et perception de soi

Les femmes entrepreneures doutent plus de leurs capacités à entreprendre et à réussir comparées aux hommes, ce qui explique un manque de confiance en soi ayant un impact sur le déroulement de leur activité. Certaines femmes entrepreneures sont même capables de ralentir le développement de leur entreprise par crainte de perdre le contrôle. Des comportements de ce genre peuvent s'expliquer à cause des normes sociales et culturelles intériorisées par les femmes entrepreneures comme expliqué ci-dessus (Piva & Rovelli, 2022).

b) Syndrome de l'imposteur

Selon l'étude réalisée par Garcia (cité par O'Shea et al., 2021) sur les femmes entrepreneures axée sur la croissance, ces normes peuvent d'ailleurs provoquer un syndrome de l'imposteur chez les femmes, les amenant à remettre en cause leur légitimité dans le monde entrepreneurial. A savoir que le syndrome de l'imposteur fait référence à la tendance de douter de ses compétences et d'attribuer ses succès à la chance ou à la fraude plutôt qu'au mérite ou au travail réalisé (Eddleston et al., 2020). Les personnes qui souffrent du syndrome

de l'imposteur ont souvent le sentiment de ne pas être à la hauteur de leur position/rôle (Eddleston et al., 2020).

c) Peur de l'échec et aversion pour le risque

Le rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024) montre qu'il y a un plus grand nombre de femmes entrepreneures qui doutent de leurs compétences et hésitent à se lancer dans l'entrepreneuriat par peur de l'échec comparé aux hommes. Cette tendance en croissance dans différents pays est en général renforcée par des normes sociales et culturelles qui provoquent la prudence chez les femmes, qui va à l'encontre de l'audace requise dans l'univers entrepreneurial.

C'est un constat clair quant aux défis spécifiques liés au genre, à l'accès limité aux financements ou au manque de reconnaissance sur le plan institutionnel auxquelles sont confrontées les femmes. Les femmes issues de minorités ethniques comme déjà mentionné vivent à l'intersection de diverses discriminations (race, genre, religion). Leurs parcours sont donc façonnés par des obstacles particuliers. Il est donc important de porter une attention particulière aux défis propres que rencontrent ces femmes.

2.6.4 Défis rencontrés par les femmes entrepreneures de minorités ethniques

Les femmes issues de minorités ethniques, et plus précisément les musulmanes afrodescendantes, font face à de nombreux obstacles systémiques qui sont liés à l'heure genre, leur origine ethnique, leur religion ainsi qu'à leur position dans la société (Carles, 2011). Ces obstacles suivent des logiques de domination intersectionnelles signifiant que les discriminations, en plus de s'additionner, s'entrelacent/fusionnent pour produire des effets spécifiques, qui sont souvent rendus invisibles par les institutions et les dispositifs d'accompagnement traditionnels (Carles, 2011).

a) Double (voire triple) discrimination dans le monde du travail et l'espace public

Les recherches réalisées par Karimi (2020) relèvent que de nombreuses musulmanes et plus spécialement les musulmanes portant le voile sont exclues du marché du travail à cause de stéréotypes qui persistent concernant leur appartenance religieuse. Le port du voile est perçu comme un marqueur visible de différence, associé à des représentations de soumission ou d'incompatibilité avec la neutralité recherchée par le secteur public et privé. On remarque donc une triple pénalisation pour ces femmes, qui subissent des discriminations liées à leur genre, leur origine et à leur port du voile (Karimi, 2020).

D'ailleurs, comme l'indique El Fatimi (2024), concernant le contexte belge, un grand nombre de musulmanes se tournent vers l'entrepreneuriat vu comme une stratégie de contournement, étant donné la stigmatisation omniprésente dans le monde du travail. L'auto-entrepreneuriat leur permet de développer un espace sécurisé où elles peuvent travailler tout en assumant et respectant leur identité culturelle et religieuse.

b) Une légitimité à agir souvent contestée

Toutefois, ce n'est pas uniquement dans le monde du travail que la légitimité des femmes racisées est remise en cause. Les sphères publiques, associatives et militantes mentionnées par Direnberger et El-Shikh (2023) dans leur étude du collectif des Foulards violets révèlent que les femmes musulmanes actives dans les milieux féministes sont souvent invisibilisées ou réduites seulement à leur voile. Ces femmes doivent constamment justifier leur présence, leur engagement et leur aptitude à insérer un féminisme "compatible" avec les normes dominantes de la société (Direnberger & El-Shikh, 2023).

Il en va de même pour les femmes noires, qui subissent une misogynie qui est une forme spécifique de sexisme racialisé qui fait référence à des stéréotypes négatifs comme l'hypersexualisation, une agressivité, une absence de féminité...Bruneel et Gomes Silva (2017) expliquent qu'une telle stigmatisation mène à une absence structurelle dans les sphères politiques et médiatiques et à une disqualification de leur présence et de leur parole.

c) Des barrières structurelles dans l'écosystème entrepreneurial

L'étude menée par De Smet et al. (2023) met en avant tout une série de freins structurels que peuvent rencontrer les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques.

On retrouve :

- Les barrières liées à la langue pour les primo-arrivants, ce qui limite l'accès à l'information ainsi qu'aux formations et aux opportunités de réseautage.
- Un manque de connaissance concernant les normes fiscales et administratives belges, exposant ces femmes à des risques légaux ou à une mauvaise gestion de leur activité.
- Un manque de compétences numériques, qui à l'heure actuelle, est fortement sollicité dans l'économie contemporaine.
- Une absence de soutien familial ou de la part de la communauté en raison de rôles genrés traditionnels encore fortement ancrés
- Un manque d'accès aux réseaux peut aussi être mentionné par ces femmes qui sont exclues d'opportunités commerciales et de soutien stratégique comme l'indique El Fatimi (2024).

d) Le manque de modèles et de représentation

De Smet et al. (2023) évoquent également le manque de représentation dans les contextes entrepreneuriaux traditionnels dans lequel se trouve une forte prédominance des figures masculines et blanches. Ce manque développant un sentiment d'illégitimité est souvent empiré par le syndrome de l'imposteur. Le fait d'être l'unique et première femme racisée ou voilée lors d'un événement peut être vécu comme un obstacle en lui-même.

e) Des inégalités dans l'accès au financement

Beaucoup de femmes entrepreneures issues de minorités ethniques ne possèdent pas un capital de départ suffisant et hésitent à faire appel à un prêt bancaire soit par peur de rejet ou à cause de contraintes administratives (De Smet et al., 2023). L'OCDE (2020) explique que ces femmes contrairement aux hommes ou non racisés sont plus susceptibles de ne pas opter pour un crédit par anticipation de difficultés.

f) Méfiance réciproque envers les structures d'accompagnement

Un autre frein relevé par De Smet et al. (2023) et El Fatimi (2024) est la méfiance réciproque entre les entrepreneures racisées et les structures d'accompagnement. Certaines de ces femmes sont d'avis que trop peu de ces structures ne tiennent compte de leurs réalités sociales et culturelles. Tandis que les institutions, elles reconnaissent leur défi à adapter leurs outils aux besoins spécifiques des femmes issues de l'immigration, créant ainsi une distance voire même un sentiment d'abandon pour ces femmes.

g) Invisibilité des discriminations croisées

L'autrice Isabelle Carles (2011) dénonce le fait que les discriminations multifactorielles combinant le genre et l'origine sont encore trop peu reconnues par le droit et les politiques publiques. Les institutions juridiques ou associatives cherchent à traiter chaque facteur/élément de manière individuelle, rendant difficile la reconnaissance des discriminations croisées subies par les femmes racisées. L'auteur souligne aussi que les associations féministes et antiracistes se mobilisent très rarement de manière collective, provoquant un vide dans l'accompagnement de ces femmes (Carles, 2011).

Conclusion

Nous pouvons conclure sur l'importance d'adopter une approche systémique et intersectionnelle au vu des défis que rencontrent les femmes entrepreneures et davantage les femmes issues de minorités ethniques. Les obstacles mis en avant par la littérature comme l'accès limité, la sous-représentation dans les réseaux ou les discriminations multiformes, révèlent la persistance d'inégalités structurelles profondément enracinées. Cela montre aussi que les mécanismes d'exclusion dépassent la seule dimension économique. Par conséquent, ces réalités montrent l'importance de mettre en œuvre des dispositifs d'accompagnement inclusifs et adaptés aux profils visés.

2.7 Les structures d'accompagnement et la non-mixité pour les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques

2.7.1 Définition de l'accompagnement entrepreneurial

L'accompagnement entrepreneurial avec le temps, a fait ses preuves dans le domaine entrepreneurial, qui s'est imposé comme un élément clé pour favoriser la création et le développement d'entreprise (Elafqih & Messaoudi, 2024). Les définitions faites en référence aux structures d'accompagnement relèvent leur caractère relationnel et évolutif (Elafqih & Messaoudi, 2024).

Selon Elafqih et Messaoudi, 2024 l'objectif premier de l'accompagnement n'est pas centré sur le succès ou l'échec entrepreneurial mais sur le renforcement des compétences de l'entrepreneur afin que celui-ci puisse maximiser ses chances de réussite. Une approche mettant en avant l'entrepreneur, et l'inscrivant dans une dynamique d'apprentissage en continu. Cette perspective est complétée par l'idée que l'accompagnement comprend une dimension temporelle, décrivant celle-ci comme une démarche à long terme où l'accompagnateur fournit des conseils afin d'aider les entrepreneurs à surmonter les obstacles en lien avec la création d'entreprise.

D'autres auteurs décrivent l'accompagnement comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation durable et non ponctuelle, entre un entrepreneur et un individu externe au projet de création. À travers cette relation, l'entrepreneur réalise des apprentissages multiples, accède à des ressources, ou développe des compétences utiles à la concrétisation de son projet. Ces éléments soulignent également l'importance de l'accompagnateur quant à la capacité à adapter le soutien aux besoins spécifiques de l'entrepreneur, tenant compte des dimensions cognitives et psychologiques de leur interaction (Elafqih & Messaoudi, 2024).

Fayolle (2012, cité par Elafqih & Messaoudi, 2024) élargit la définition de l'accompagnement entrepreneurial en le définissant comme un processus flexible, sur mesure, et qui s'adapte aux caractéristiques propres de chaque entrepreneur. Il mentionne également l'aptitude de ces structures à pouvoir faire et répondre face aux imprévus et aux évolutions du parcours entrepreneurial, tout en offrant des ressources et un soutien approprié.

Finalement, l'accompagnement entrepreneurial fait référence à l'ensemble des services, ressources et soutiens mis en place pour aider les entrepreneures, non seulement dans la création de leur entreprise mais également dans la viabilité et la croissance de leurs projets (Elafqih & Messaoudi, 2024).

Ainsi, l'accompagnement entrepreneurial regroupe l'ensemble des services, des ressources et du soutien personnalisé destinés à aider les entrepreneurs dans le développement, la structuration et la pérennisation de leurs projets d'entreprise. Il ne se limite pas à un outil d'appui à la création d'entreprise, mais sert également à soutenir la pérennité et la croissance des initiatives entrepreneuriales (Elafqih & Messaoudi, 2024).

2.7.2 Historique des structures d'accompagnement

L'accompagnement a évolué au fur et mesure du temps, répondant à des besoins différents au fil des années. C'est dans les années 1950-1980 que les structures d'accompagnement font leur apparition afin d'aider les entreprises à réduire leurs coûts tout en aidant à mutualiser des ressources comme les bureaux et les services administratifs. Plus tard, entre 1980 et 2000, les structures se sont davantage renforcées et spécialisées pour pouvoir répondre aux besoins diversifiés des différents entrepreneurs, avec la mise en place de réseaux à l'échelle nationale et internationale. A partir des années 2000 jusqu'à aujourd'hui, les structures ont davantage innové pour répondre aux nouvelles attentes des entrepreneures en réponse à l'augmentation et à l'utilisation des nouvelles technologies en entreprise, tout en développant des écosystèmes favorisant l'accélération et la croissance des organisations (Elafqih & Messaoudi, 2024).

Les structures d'accompagnement peuvent d'ailleurs prendre différentes formes : le mentorat, le coaching, le conseil, le tutorat... (Elafqih & Messaoudi, 2024).

Des pratiques en général complémentaires et qui s'adaptent en fonction des besoins de chaque entrepreneur, en particulier pour les personnes pouvant rencontrer des obstacles particuliers comme la précarité ou la discrimination (Elafqih & Messaoudi, 2024).

La nécessité des structures d'accompagnement pour les femmes entrepreneures :

L'accompagnement entrepreneurial est un levier clé pour le succès entrepreneurial. Il joue une influence non négligeable sur les entrepreneurs, qui leur permettent d'augmenter leurs chances de réussite (Lebègue, 2015).

Toutefois, il est primordial que les structures d'accompagnement puissent adapter l'accompagnement en fonction des spécificités des profils variés d'entrepreneures afin de répondre au mieux aux différents besoins de ces porteurs de projet (Lebègue, 2015). C'est d'ailleurs le cas pour les femmes entrepreneures étant donné les caractéristiques et obstacles propres liés à leur genre demandant une approche personnalisée et ciblée en ce qui concerne l'accompagnement (Lebègue, 2015).

Comme déjà mentionné précédemment (cf.section 2.6.2), les études ont démontré les défis spécifiques que les femmes entrepreneures rencontrent dans le contexte entrepreneurial, en partie le contexte entrepreneurial moins favorable dans leur cas (Lebègue, 2015). Nous avons évoqué l'accès limité aux financements au vu d'un capital de départ plus faible. Nous avons évoqué le fait qu'elles avaient également tendance à recourir dans une moindre mesure aux financements externes et qu'elles optent davantage pour des ressources personnelles pour débiter et développer leurs entreprises. Un manque de financement qui les impacts de façon directe quant à la croissance et performance de leurs entreprises.

Un autre obstacle majeur identifié était l'accès aux réseaux professionnels. Leurs responsabilités familiales ainsi que les contraintes géographiques limitent leur capacité à s'intégrer et à participer à des activités de réseautage, ce qui n'est pas sans conséquence sur le développement et l'obtention de nouvelles opportunités. Ces raisons justifient la nécessité de mettre en œuvre des réseaux d'affaires dédiés aux femmes pour les aider à combattre l'isolement et afin qu'elles puissent échanger sur les problématiques communes qu'elles vivent entre elles. Ces réseaux focus sur les besoins spécifiques des femmes entrepreneures sont indispensables pour une amélioration à leur accès à l'information ainsi qu'aux opportunités de croissance.

De plus, il faut souligner que les femmes entrepreneures sont plus éduquées que les hommes mais elles manquent souvent de formation en gestion et ont moins d'expérience professionnelle et managériale que les hommes. Elles ont d'ailleurs une moindre confiance en elles et ont moins l'aversion pour le risque, ce qui peut aussi freiner leurs ambitions entrepreneuriales et limiter la croissance de leurs entreprises. Des arguments supplémentaires pour appuyer le fait que les structures d'accompagnement pour femmes entrepreneures peuvent avoir un impact afin de renforcer leur confiance en elles et qui par conséquent pourrait avoir un impact par la suite sur la croissance de leurs entreprises.

Pour rappel (cf. section 2.5.5), les femmes ne constituent pas un groupe homogène. Ainsi leurs besoins en matière d'accompagnement varient en fonction de chaque profil ainsi que des secteurs dans lesquels elles opèrent. Il a été observé (cf. section 2.5.5) que certaines optent pour des structures de plus petites tailles dans des secteurs dits "féminins" comme la santé ou les services aux particuliers, alors que d'autres dirigent des entreprises à haute croissance dans des secteurs prédominants par les hommes comme la technologie ou l'industrie. Une telle diversité met en lumière l'importance d'instaurer et de concevoir des dispositifs d'accompagnements sur mesure, capables de répondre aux attentes spécifiques des femmes entrepreneures, en prenant en compte les obstacles culturels, sociaux et institutionnels qu'elles rencontrent dans leur parcours entrepreneurial.

Par conséquent, la mise en œuvre de structures d'accompagnement adaptées aux femmes entrepreneures est indispensable pour les soutenir et les aider à surmonter leurs obstacles spécifiques pour favoriser par la même occasion la croissance pour leurs entreprises.

2.7.3 Définition de la non-mixité

La non-mixité choisie fait référence à la création d'espaces réservés exclusivement à des personnes qui sont confrontées à une même forme d'oppression (qu'elle soit liée au genre, à l'origine ou bien encore l'orientation sexuelle) afin de favoriser leur émancipation personnelle et collective. La non-mixité ne cherche pas à exclure mais plutôt à favoriser la prise de parole, l'écoute mutuelle et la politisation sur base de vécus partagés. Plateau (2017), souligne que ces espaces offrent aux groupes dominés la possibilité d'échanger entre eux, de se réapproprier leur récit à l'abri de l'influence des regards extérieurs et dominants.

D'après Gérardin-Laverge (2024), la non-mixité n'est pas juste un simple mode d'organisation, c'est un outil de politisation. Elle donne la possibilité aux personnes concernées de prendre conscience de leur position commune au sein des rapports de pouvoir, permettant par la même occasion de transformer un vécu individuel en une conscience collective mobilisatrice.

Historiquement, la non-mixité a connu différentes phases à travers des courants féministes. Des groupes de parole non mixtes développés dans les années 1970 ont constitué des lieux puissants en termes de conscientisation collective. On voit d'ailleurs que cette pratique a évolué avec le temps et les différents combats menés par les féministes racisées, queer ou en situation de handicap, qui remettent en cause les limites d'un féminisme trop axé sur l'expérience des femmes blanches, cisgenres et hétérosexuelles (Gérardin-Laverge, 2024). C'est ainsi qu'est apparue la mixité choisie, perçue comme une évolution inclusive, permettant à différents groupes opprimés de bâtir ensemble des alliances en fonction de leurs réalités spécifiques.

Comme le mentionne le Mois du Genre de l'Université d'Angers (2022), ces espaces sont indispensables pour l'émergence d'un savoir politique contextualisé et la reconnaissance de combats fréquemment marginalisés.

a. *Des espaces de reconstruction et de résistance*

On remarque que la non-mixité prend aussi tout son sens en ce qui concerne les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques. Des réseaux et des espaces de formation non mixtes comme SheDIDIT, Belgian Entrepreneures ont été créés dans le but d'offrir un environnement sans jugement, favorisant l'estime de soi, la légitimation des expériences ainsi que l'accès à des ressources (SheDIDIT, s.d. ; Belgian Entrepreneures, s.d.).

Gérardin-Laverge (2024) insiste que ces espaces n'aient pas l'objectif de séparer à long terme mais plutôt d'offrir un moment de reconstruction, de sécurité et de développement personnel et collectif pour les personnes concernées. Ces lieux permettent de convertir une expérience de marginalisation en un levier de force et de solidarité.

b. *Répondre aux critiques : séparation ou stratégie politique ?*

La non-mixité est souvent critiquée et accusée de contribuer au séparatisme, à l'essentialisme ou d'atteindre à l'universalisme républicain. Pourtant, comme le démontre Gérardin-Laverge (2024), ces remarques n'admettent pas que la mixité formelle ne garantit pas la pleine égalité.

La non-mixité choisie ne définit pas les identités de manière rigide mais les politise. C'est souvent une phase de transition, qui permet d'instaurer l'énergie pour par après réintégrer les lieux mixtes avec davantage de moyens, de conscience et de capacité à agir. Delmée (2020) parle d'espaces temporaires de soutien collectifs où se développent la confiance et l'émancipation des personnes concernées.

c. *Vers des coalitions inclusives et mouvantes*

Enfin, Judith Butler, telle que mobilisée par Gérardin-Laverge (2024), appelle à voir la non-mixité dans une vision plus large. A la place de privilégier un retrait, elle opte pour une stratégie de coalition : des partenariats établis sur base de problématiques partagées, sans avoir l'obligation de posséder une identité stable à partager. La non-mixité est au final vue comme un point de départ et n'est donc pas une finalité en soi. C'est un moyen d'acquérir des outils en amont de s'investir dans des luttes plus larges et transversales.

2.7.4 Les réseaux non mixtes comme source d'émancipation pour les femmes entrepreneures de minorités ethniques

Fleury (2016) évoque également l'importance de développer des réseaux communautaires dans l'environnement entrepreneurial. Ces réseaux en général non mixtes et construits sur des liens culturels, ont un impact positif pour les femmes racisées dans leur parcours entrepreneurial. Ils offrent un lieu sécurisé où elles peuvent partager des valeurs communes, obtenir un soutien émotionnel et pratique ainsi que développer des capacités entrepreneuriales qui sont en adéquation avec leurs besoins spécifiques. Selon Fleury (2016), ces réseaux jouent un rôle majeur et sont indispensables pour faire face aux obstacles structurels qui limitent une réelle inclusion de ces femmes dans le marché traditionnel.

Fleury (2016) ajoute également que ces espaces sont des lieux d'émancipation pour ces femmes racisées car ils leur permettent d'affirmer leur identité culturelle en plus de développer leurs projets professionnels. Ils ouvrent la voie à la légitimation collective des projets culturels, souvent exclus des sphères dominantes traditionnelles. L'entrepreneuriat peut ainsi devenir un outil de solidarité culturelle, favorisant l'intégration de la culture comme un élément qui trouve sa place dans le monde des affaires (Fleury, 2016).

Les réseaux non mixtes sont devenus un élément clé pour les femmes racisées entrepreneures qui font face à des discriminations croisées en raison de leur genre et de leur origine ethnique (Bruneel & Gomes Silva, 2017).

Ces réseaux fournissent à ces femmes un espace où elles peuvent se réapproprier leur identité ainsi que de se libérer des stéréotypes liés à leur race et à leur genre (Bruneel & Gomes Silva, 2017). Ces espaces non mixtes donnent la possibilité aux femmes de partager leurs expériences spécifiques sans être constamment dans des postures de "pédagogues" pour les personnes qui ne sont pas racisées, ce qui leur fournit un environnement de solidarité et de compréhension mutuelle (Bruneel & Gomes Silva, 2017). Les auteurs ajoutent que ces réseaux non mixtes ont un impact considérable sur l'émancipation des femmes racisées, en leur fournissant un espace où elles peuvent se soutenir mutuellement dans leurs parcours professionnels (Bruneel & Gomes Silva, 2017).

Bien que les réseaux féminins jouent un rôle clé dans le soutien des femmes entrepreneures comme déjà dit précédemment, Geindre (2013) explique que ces réseaux ne répondent pas toujours aux défis spécifiques que rencontrent les femmes racisées. D'où l'importance des réseaux non mixtes qui viennent compléter les réseaux traditionnels, en fournissant un soutien particulier et un accompagnement adapté aux besoins des femmes racisées.

Conclusion

Pour conclure, les structures d'accompagnements non mixtes apparaissent comme des éléments clés pour soutenir les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques, dans un environnement entrepreneurial encore fortement marqué par des inégalités structurelles. Loin d'être des espaces de repli, la non-mixité constitue un outil stratégique et politique qui permet à ces femmes de se reconstruire, de se renforcer collectivement ainsi que de gagner en confiance.

Ces dispositifs offrent un cadre sécurisant et valorisant, où l'expérience partagée devient un moteur d'émancipation et d'apprentissage. Ils répondent aux besoins spécifiques de ces femmes, qui sont souvent ignorés par les structures traditionnelles, en intégrant les dimensions culturelles, sociales et psychologiques propres aux trajectoires des femmes racisées.

Au lieu de remettre en question le principe d'égalité, ces structures en posent les fondations, en réduisant les inégalités en termes d'accès aux ressources, à l'information, aux réseaux et à la reconnaissance. En ce sens, ils constituent à la fois en un vecteur d'équité sociale et en un moyen concret permettant le développement économique et l'inclusion dans l'entrepreneuriat.

2.8 L'entrepreneuriat féminin - Contexte Bruxellois

2.8.1 Évolution et profil des indépendantes bruxelloises

Au 31 décembre 2023, la Belgique comptait 451 297 femmes indépendantes, soit 35,7 % de l'ensemble des travailleurs indépendants. A Bruxelles, cette répartition reste encore déséquilibrée sur le plan du genre. On y dénombre 87 502 hommes contre 36 370 femmes. Ces chiffres témoignent d'une sous-représentation des femmes dans l'entrepreneuriat, même si l'écart tend progressivement à se réduire (Réseau Diane, 2025).

Entre 2022 et 2023, le nombre de femmes indépendantes a progressé de 1,99 % en Belgique, contre 1,72 % pour les hommes. À Bruxelles, cette progression atteint 2,06 %, soit une hausse légèrement supérieure à la moyenne nationale. Néanmoins, cette progression reste inférieure à celle enregistrée entre 2021 et 2022 (2,52 %). De 2018 à 2023, la tendance est encore plus marquée : à l'échelle nationale, le nombre de femmes devenues indépendantes a augmenté de 13,43 %, contre 10,77 % pour les hommes. Du côté de Bruxelles, cette augmentation a atteint 16,06% chez les femmes, contre 10,54% chez les hommes. Des hausses similaires sont également observées en Wallonie et en Flandre. Ces données révèlent

une progression plus rapide de l'entrepreneuriat du côté des femmes par rapport à celui des hommes, en particulier dans des grandes villes comme Bruxelles (Diane, 2025).

Cela dit, cette progression est plus modérée lorsqu'on considère uniquement les femmes indépendantes à titre principal. A Bruxelles, le nombre de femmes indépendantes à titre principal a évolué de 9,82% sur six ans contre 7,68% pour les hommes. Des chiffres similaires sont relevés en Wallonie, avec une hausse de 4,83% pour les femmes, contre 4,18% pour les hommes (Réseau Diane, 2025).

Une tendance comparable s'observe au niveau national entre 2022 et 2023, avec une progression de seulement 0,39 % pour les femmes indépendantes à titre principal, contre 0,43 % pour l'ensemble des travailleurs indépendants. En 2023, les femmes ne représentent que 33,88% des indépendants à titre principal, ce qui reste relativement stable depuis plus de dix ans (Réseau Diane 2025).

En ce qui concerne les secteurs d'activité dans lesquels les femmes opèrent le plus, on retrouve principalement trois secteurs, dont les professions libérales (tant en Wallonie qu'à Bruxelles), le commerce et les services.

À Bruxelles, l'industrie figure également parmi les trois principaux secteurs d'activité féminins. On remarque donc une légère diversification des secteurs, bien que les femmes restent majoritairement concentrées dans des secteurs historiquement perçus comme « féminins » (Réseau Diane 2025).

Une sous-représentation des indépendantes bruxelloises parmi les femmes en âge de travailler

Un autre constat remarquable est le manque de représentation des indépendantes bruxelloises. Parmi les femmes en âge de travailler dans la région de Bruxelles, seule la moitié exerce un emploi. Toutefois, sur un total de 100 bruxelloises possédant un emploi, seulement 11 sont indépendantes à titre principal, contre 25 pour les hommes. En comparaison, la Flandre présente un taux de 11,1 %, contre 9,7 % pour la Wallonie. De plus, sur 100 femmes indépendantes à titre principal en Belgique, 64 résident en Flandre, 26 en Wallonie, et seulement 9 à Bruxelles (hub.brussels, 2023).

Ce constat confirme que les femmes sont moins nombreuses que les hommes à exercer une activité d'indépendante à titre principal, et qu'elles sont également sous-représentées à Bruxelles (hub.brussels, 2023).

Par ailleurs, la dimension géographique montre également des différences de contexte socio-économique pertinentes. A Bruxelles, certaines communes affichent des taux plus faibles d'indépendantes à titre principal. C'est le cas, pour les communes comme Molenbeek-Saint-Jean (3,9%), où le revenu moyen par habitant est plus faible et le taux de chômage plus élevé. A contrario, des taux plus élevés sont observables dans des communes plus aisées telles qu'Uccle, Woluwe-Saint-Pierre ou Watermael-Boitsfort (10%). Ainsi, cette analyse souligne

que l'accès à l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles est largement influencé par les disparités socio-économiques et que la précarité constitue un obstacle majeur à l'indépendance professionnelle des femmes (hub.brussels, 2023).

Profil sociodémographique des indépendantes bruxelloises

Le profil type d'une indépendante en région bruxelloise est âgé de 41 ans, un âge semblable aux hommes indépendants (42 ans). Néanmoins, les chiffres sur les lancements et cessations d'activités montrent une importance de la dimension générationnelle : 59,6% des nouvelles indépendantes ont moins de 35 ans (hub.brussels, 2023).

Par ailleurs, une forte diversité se manifeste au travers de la variété des nationalités représentées. Bruxelles apparaît comme une ville où la diversité des nationalités est particulièrement présente au sein des femmes indépendantes. Au cours de l'année 2021, la région Bruxelles-Capitale comptait 10 657 indépendantes de nationalité étrangère, soit plus d'une indépendante sur trois. Parmi ces femmes, on retrouve majoritairement des Françaises (26 %), suivies de Roumaines (17 %) et d'Italiennes (8 %). Une progression du nombre d'indépendantes brésiliennes (+33%), marocaines (+29%) et roumaines (+24%) a été constatée depuis 2018 (hub.brussels, 2023).

Niveau d'études des indépendantes bruxelloises

En ce qui concerne le niveau d'études, 67,2 % des indépendantes bruxelloises détiennent un diplôme de l'enseignement supérieur, à l'inverse des hommes (53,8%). Les hommes sont d'ailleurs davantage nombreux parmi les indépendants n'ayant qu'un diplôme du secondaire. Une telle constatation suggère que le niveau d'études supérieur est présenté comme un levier considérable dans le choix de l'entrepreneuriat féminin (hub.brussels, 2023).

2.8.2 Motivations à l'origine de l'entrepreneuriat à Bruxelles

Les principales motivations observées par le Baromètre Diane (2025) mettent en avant une dynamique positive. Le choix d'entreprendre exprimé par ces femmes est, en général, un choix affirmé et axé vers l'épanouissement personnel et professionnel, plutôt que forcé par une situation défavorable.

Cinq motivations ressortent en majorité parmi les femmes indépendantes, toutes régions confondues.

Premièrement, le désir d'autonomie et d'indépendance arrive en tête (71,8%). Un grand nombre de femmes désirent prendre ou reprendre le contrôle de leur vie professionnelle, en ayant la possibilité de choisir elles-mêmes leurs horaires et leurs projets.

En deuxième position, le besoin de se réaliser et le désir d'épanouissement professionnel sont largement cités (65,3%). L'entrepreneuriat est perçu par de nombreuses indépendantes

comme une quête de sens ainsi qu'un moyen de s'accomplir et de mettre en place un projet, de concrétiser une passion qui leur ressemble et les anime.

Troisièmement, le sentiment de frustration ou l'insatisfaction dans le salariat est évoqué (40,3%). La lassitude, le manque de reconnaissance ou l'environnement de travail peu stimulant en sont des causes poussant les femmes à se tourner vers l'entrepreneuriat.

Quatrièmement, elles évoquent (26,1%) le souhait de partager son expérience, qu'elle soit professionnelle ou personnelle.

Finalement, certaines (19,9%) sont motivées par un besoin de trouver un équilibre entre leurs responsabilités familiales et professionnelles.

2.8.3 Obstacles et enjeux financiers

Un graphique issu du Baromètre Diane (2025) met en avant les cinq principales difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures, en comparant les situations entre les régions wallonne et bruxelloise.

En ce qui concerne Bruxelles, les défis les plus préoccupants sont les suivants :

En premier lieu, les croyances limitantes apparaissent comme un obstacle majeur. Ces croyances renvoient au manque de confiance en soi, au sentiment d'illégitimité, au syndrome de l'imposteur que peuvent ressentir les femmes indépendantes. Ce constat illustre l'importance du rapport à soi dans la réussite entrepreneuriale, et montre combien les freins psychologiques peuvent être déterminants. Ensuite, la peur de facturer son travail à sa juste valeur constitue une difficulté récurrente. Plusieurs entrepreneures expliquent avoir un doute quant aux prix de leurs prestations, ce qui traduit un manque d'assurance en termes de légitimation financière. Ce défi est intimement lié aux croyances limitantes, en particulier au syndrome de l'imposteur.

En troisième lieu, l'isolement professionnel et la solitude entrepreneuriale sont également des problématiques fréquemment rencontrées.

La prospection de nouveaux clients est également mentionnée comme un défi majeur pour les entrepreneures. La forte concurrence et la difficulté à se positionner sur le marché compliquent le développement de l'activité pour de nombreuses femmes.

Finalement, on retrouve la gestion de la charge mentale, même si ce défi semble être moins présent à Bruxelles qu'en Wallonie. Cette problématique demeure toutefois un enjeu majeur pour de nombreuses femmes entrepreneures. Malgré ces obstacles, 67,65 % des répondantes affirment ne pas regretter leur choix d'entreprendre, ce qui montre un engagement fort et une certaine résilience dans leur projet entrepreneurial.

Le niveau de connaissances entrepreneuriales des indépendantes à Bruxelles

Une remarque intéressante à souligner est que les hommes se positionnent comme étant plus aptes à maîtriser les notions indispensables à la création d'entreprise, contrairement aux femmes qui s'attribuent elles-mêmes en moyenne une autoévaluation plus faible (hub.brussels, 2023)

Ce décalage s'explique en partie par les difficultés que les femmes indépendantes rencontrent lors de certaines tâches dites "clés" du processus entrepreneurial, comme élaborer un business plan ou mettre en place la production des produits. Elles estiment également avoir une connaissance plus limitée des dispositifs de soutien proposés en région bruxelloise, ainsi que des aides, subsides ou aides financières publiques disponibles (hub.brussels, 2023).

Les enjeux particuliers liés au financement

D'après l'enquête réalisée par hub.brussels (2023), les deux ressources principales auprès desquelles les femmes indépendantes recherchent des fonds sont leur comptable et leur entourage proche. Cependant, elles disent avoir moins de conseils ou d'accompagnement spécifiques en matière de recherches de financement. D'ailleurs, elles se tournent en général moins vers des coachs experts en création d'entreprise, ce qui réduit leur accès à une expertise ciblée.

Concernant les différentes sources de financement, les femmes indépendantes présentent une maîtrise partielle des dispositifs existants. La source de financement la plus connue et sollicitée par les indépendants (hommes, femmes) est le crédit bancaire (hub.brussels, 2023).

Dans le contexte d'un refus de prêt, les raisons principales pour lesquelles les femmes indépendantes sont l'insuffisance de garanties présentées, le non-respect des conditions d'octroi ou encore l'incapacité de remboursement jugée comme trop faible (hub.brussels, 2023).

En conséquence, les femmes indépendantes optent davantage pour l'apport personnel ou le financement auprès de leur famille et proches, ce qui révèle un accès moindre à des ressources financières alternatives. Les dispositifs tels que le microcrédit, les subsides ou les fonds d'investissement restent très peu sollicités et sont généralement mal connus des indépendants ayant participé à l'enquête. Par conséquent, cette moindre connaissance des différents dispositifs de financement ainsi que le faible recours aux mécanismes adaptés tendent à renforcer la précarité financière des femmes indépendantes à Bruxelles (hub.brussels, 2023).

2.8.4 Dispositifs de soutien

Les structures spécifiques à l'entrepreneuriat féminin mises en place à Bruxelles ont été jugées utiles pour une grande majorité des répondantes. Selon l'enquête, huit indépendantes sur dix affirment que les mesures mises en œuvre pour l'entrepreneuriat féminin sont une plus-value pour le bon développement de leurs activités.

Ainsi, les structures telles que les réseaux et cercles d'affaires prévus pour les femmes apparaissent comme des leviers clés en termes de solidarité, partage d'expérience et de renforcement du lien professionnel (hub.brussels, 2023).

Il est démontré que les femmes indépendantes participent moins à des réseaux d'affaires que les hommes (13 % contre 25 %). Néanmoins, elles s'intéressent davantage aux réseaux qui sont prévus exclusivement pour les femmes (22%), ce qui prouve que les femmes indépendantes bruxelloises ont un intérêt pour les espaces spécifiques où elles peuvent trouver solidarité, partage d'expérience et surtout un soutien adapté à leur réalité (hub.brussels, 2023).

La solidarité apparaît également comme l'élément principal des réseaux féminins. Un grand nombre d'indépendantes recherchent la solidarité, la possibilité de bâtir des liens de confiance ainsi que de bénéficier du partage d'expérience avec d'autres femmes. Ces raisons sont des motivations majeures pour l'intégration dans un cercle ou réseau féminin. Elles cherchent des espaces où elles peuvent s'exprimer librement et parler de sujets spécifiques à leur trajectoire professionnelle tout en nouant des liens qui sont adaptés à leur parcours singulier (hub.brussels, 2023).

Ces attentes par rapport aux réseaux féminins sont d'ailleurs bien illustrées par le Baromètre Diane (2025), qui montre les attentes (dans un ordre croissant d'importance) des femmes entrepreneures vis-à-vis des réseaux féminins.

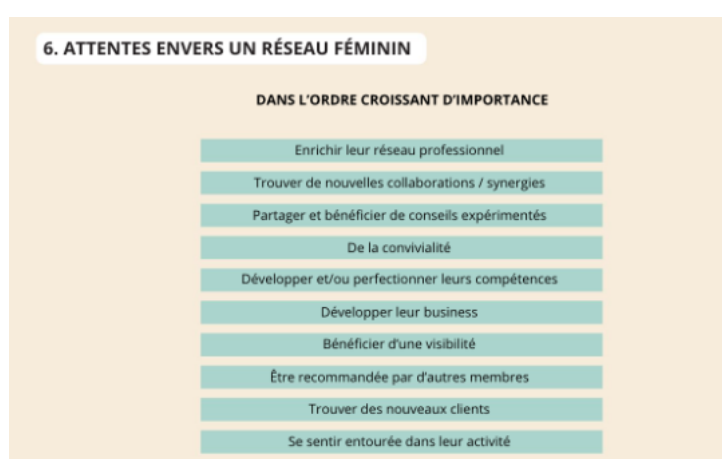


Figure 1 : Les attentes des femmes entrepreneures bruxelloises envers un réseau féminin

Source : Réseau Diane. (2025). *Baromètre de l'entrepreneuriat féminin en Wallonie et à Bruxelles*. Bruxelles : Réseaux Diane. Récupéré de <https://www.calameo.com/read/0032167085cbc9caf316a?page=1>

Ces attentes démontrent la nécessité d'avoir des réseaux féminins qui offrent plus que des opportunités commerciales. Cette hiérarchie montre également l'importance des relations professionnelles, du partage d'expériences et de la solidarité réciproque entre les femmes entrepreneures (Réseau Diane, 2025).

Conclusion

Les données disponibles mettent en lumière la place croissante des femmes indépendantes en région bruxelloise, ainsi que leurs préférences en matière de secteurs d'activité, de financement et de réseaux. En effet, bien qu'elles représentent une part significative des entrepreneures à Bruxelles, les données les concernant restent extrêmement limitées. Ce manque d'information met en évidence la nécessité d'analyser plus en profondeur les parcours des femmes indépendantes issues de minorités ethniques à Bruxelles. Comprendre leurs réalités spécifiques, leurs motivations et leurs défis permettrait d'avoir une vision plus complète de la diversité entrepreneuriale féminine dans la capitale européenne. Dans cette optique, la partie suivante du mémoire présente une série d'entretiens qualitatifs réalisés auprès de femmes entrepreneures issues de minorités ethniques bruxelloises, ainsi qu'une enquête quantitative. Cette double approche vise à recueillir des données plus précises afin de mieux comprendre leurs parcours, leurs motivations et les obstacles spécifiques auxquels elles sont confrontées.

3. Conclusion de la revue de littérature

L'entrepreneuriat connaît, ces dernières années, une évolution remarquable à l'échelle internationale. Portées par une forte volonté d'autonomie, d'accomplissement personnel et professionnel, et par une quête de sens, les femmes s'impliquent de plus en plus dans la création d'activités économiques. Cette dynamique s'accompagne d'un engagement marqué dans des secteurs à caractère social ou culturel, révélant une volonté de bâtir des projets porteurs de valeurs durables, humaines et communautaires. Ainsi, au-delà des chiffres, l'entrepreneuriat féminin incarne une transformation des pratiques économiques, des modèles d'affaires, mais aussi des trajectoires professionnelles.

Ce mémoire privilégie une approche allant du global au local. Il analyse les diverses dimensions de l'entrepreneuriat féminin (motivations, défis, opportunités, structures d'accompagnement) en partant des tendances générales pour arriver aux spécificités bruxelloises. Il apparaît que l'entrepreneuriat au féminin ne peut être abordé de manière uniforme, tant les profils, les parcours et les ambitions sont diversifiés. Cette diversité est d'autant plus prononcée lorsqu'il s'agit des femmes issues de minorités ethniques, dont les parcours entrepreneuriaux reflètent des réalités spécifiques, souvent invisibilisées dans les recherches traditionnelles. Confrontées à des barrières structurelles, culturelles ou symboliques, ces femmes entreprennent dans un environnement où les inégalités s'entrecroisent et se renforcent. Ce mémoire cherche ainsi à mettre en lumière une réalité fondamentale : les parcours des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques ne sauraient être généralisés à l'ensemble de l'entrepreneuriat féminin. Leurs trajectoires, motivations, défis et aspirations appellent une approche ciblée et nuancée.

Les femmes entrepreneures sont guidées par une pluralité de motivations comme le désir d'indépendance, le besoin de se réaliser, l'envie de quitter un salariat peu stimulant ou encore le désir de partager une passion. Ces choix témoignent d'un changement de rapport au travail, désormais centré sur l'épanouissement et la liberté d'agir. Chez les femmes issues de minorités ethniques, ces motivations, bien que partagées, prennent en général une dimension supplémentaire. L'entrepreneuriat devient dès lors un moyen de se réapproprier une identité professionnelle et culturelle souvent marginalisée, de combler des besoins spécifiques au sein de leur communauté, ou encore de faire entendre une voix trop souvent ignorée.

Toutefois, malgré une belle affirmation de la place de la femme au sein de l'entrepreneuriat, elles font encore face à de nombreux obstacles comme la difficulté à accéder au financement, le manque de légitimité perçue, le manque de connaissances des aides, la surcharge mentale, etc. Ces difficultés sont d'autant plus complexes pour les femmes issues de minorités ethniques, auxquelles s'ajoutent les effets croisés du genre, de l'origine et de la classe sociale. Ces freins structurels entretiennent une précarité économique et fragilisent leurs trajectoires entrepreneuriales, malgré leur potentiel.

Face à ces réalités, les structures d'accompagnement dédiées aux femmes jouent un rôle important. Que ce soit les formations, les cercles d'affaires ou réseaux d'échange, tous ces dispositifs donnent la possibilité à ces femmes d'obtenir du soutien, de la visibilité, des conseils et de l'empowerment. Ces espaces dits "non mixtes" ont été développés pour offrir aux femmes un lieu où elles se sentent écoutées, soutenues et représentées dans un monde entrepreneurial encore majoritairement masculin. Ainsi, la création d'espaces non mixtes conçus pour les femmes a amené la mise en œuvre d'autres espaces comme les réseaux ou incubateurs pour les femmes issues de divers horizons ou encore pour les femmes noires. Ces initiatives constituent des lieux de confiance, d'appartenance pour les femmes issues de minorités ethniques où leurs réalités culturelles, sociales, professionnelles ainsi que personnelles peuvent être exprimées sans le moindre jugement.

Dans cette logique, cette revue de littérature s'est penchée sur "l'état des lieux" de l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles. Une évolution positive du nombre de femmes indépendantes y est bien constatée depuis ces dernières années. Cependant, plusieurs points demeurent problématiques : la sous-représentation des femmes dans l'entrepreneuriat à titre principal, leur concentration dans des secteurs dits féminins, ou encore une précarité économique persistante. À cela s'ajoute un point crucial : le manque d'information concernant les femmes entrepreneures issues de nationalités étrangères ou de minorités ethniques, bien qu'elles constituent une part importante des indépendantes en région bruxelloise.

Bruxelles, capitale multiculturelle et cosmopolite, est un lieu qui peut énormément offrir pour l'entrepreneuriat féminin. Les femmes qui décident d'y entreprendre enrichissent l'écosystème bruxellois grâce à leur résilience, engagement et créativité. Une telle contribution participe à la construction d'un dynamisme économique et social plus inclusif humain, et tourné vers le futur.

Cependant, il est primordial de repenser les dispositifs d'accompagnement et les outils mis en place pour que cette dynamique puisse voir le jour. Il est indispensable d'adapter les dispositifs à la pluralité des parcours, notamment ceux des femmes issues de minorités ethniques, dont les besoins spécifiques demeurent largement ignorés. C'est grâce à une meilleure compréhension des réalités vécues par ces dernières qu'il sera possible de construire des initiatives pleinement inclusives pour toutes. Ce mémoire s'inscrit dans cette dynamique, avec l'ambition de nourrir la réflexion collective et encourager des engagements plus concrets pour le futur.

Au vu de la richesse en matière de diversité, Bruxelles a une chance de devenir une référence en ce qui concerne la diversité entrepreneuriale. Pour autant, c'est grâce à une mobilisation collective que chaque femme, quelle que soit son origine, pourra se développer personnellement et professionnellement tout en contribuant de façon active à une société

bruxelloise plus juste, solidaire, et innovante. C'est dès aujourd'hui que se construit l'avenir d'un entrepreneuriat féminin inclusif.

4. Méthodologie

4.1 Introduction à la méthodologie

Ce travail de recherche a pour but d'analyser les motivations et les défis rencontrés par les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques dans une approche intersectionnelle, en mettant en lumière le rôle des structures d'accompagnement, notamment les structures d'accompagnement non mixtes, dans leur trajectoire entrepreneuriale.

L'étude repose sur une approche qualitative permettant d'analyser les trajectoires individuelles des entrepreneures et de comprendre comment les dimensions de genre, d'origine ethnique ou encore le sentiment d'appartenance à une culture impactent l'expérience entrepreneuriale.

Dans un premier temps, une revue de littérature a été réalisée au préalable afin de poser le cadre de la problématique étudiée dans ce mémoire. Une contextualisation de diverses notions, comme l'entrepreneuriat féminin, l'intersectionnalité, la non-mixité a donc été introduite pour en comprendre le fond de cette étude et formuler les questions de recherche. Ces questions portent sur les facteurs de motivation à entreprendre chez les femmes issues de minorités ethniques, les obstacles spécifiques auxquels elles font face, ainsi que le rôle et l'influence des structures d'accompagnement mixtes ou non dans leur parcours entrepreneurial.

4.2 Revue de littérature

Avant d'entamer toute démarche académique et méthodologique, il est indispensable de réaliser une revue littéraire constituée de sources diverses et variées. Ces sources sont à l'origine d'articles scientifiques, d'études de cas, de rapports, de documents académiques, d'articles d'actualité, d'ouvrages ainsi que de mémoires universitaires. Cette première étape est primordiale pour comprendre la littérature existante en ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin, notamment celui des femmes issues de minorités ethniques, et pour en saisir les mécanismes des grandes théories sur l'intersectionnalité, la non-mixité et les réseaux.

La revue littéraire permet également de retracer les contextes historiques, sociaux et économiques relatifs à l'entrepreneuriat des femmes et d'analyser l'influence des stéréotypes de genre et d'origine ethnique sur l'accès aux ressources. Ce travail cherche à comprendre les diverses dynamiques qui façonnent l'entrepreneuriat féminin dans un contexte général, tout en insistant particulièrement sur les parcours spécifiques que rencontrent les femmes de minorités ethniques.

Enfin, ce travail de recherche vise à mettre en parallèle la théorie et les constatations empiriques en analysant les données récoltées lors des entretiens et des observations sur le terrain. L'objectif est de comparer les apports théoriques et empiriques pour en tirer des conclusions pertinentes, en prenant en compte les spécificités des réseaux non mixtes ou visant les femmes issues de la diversité. Les différentes méthodes, expliquées dans la section suivante, ont été choisies pour obtenir la meilleure compréhension possible des besoins, des motivations, et des obstacles des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques.

4.3 Méthodologie qualitative

Cette méthode adopte une approche qualitative qui se base sur les récits de vie, en lien avec la méthode mobilisée par Muñoz et al. (2018) dans leur étude sur les entrepreneurs certifiés B Corp. Ces auteurs ont opté pour des *"life story interviews"*, qui sont une forme d'entretien semi-structuré axé particulièrement sur le récit de vie du ou de la participante, dans le but de faire resurgir des souvenirs qui incluent des actions dans le temps, des contextes, des émotions ainsi que des événements significatifs. Appliquée, ici, aux femmes entrepreneures issues de minorités ethniques, cette approche permet d'explorer leurs trajectoires individuelles en profondeur.

Il est important de rappeler que ce mémoire offre une exploration approfondie de l'entrepreneuriat féminin, en débutant par l'analyse de l'écosystème entrepreneurial féminin à l'échelle globale, afin de pouvoir se concentrer plus tard sur les motivations et défis spécifiques que les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques rencontrent. L'objectif premier de cette recherche est de trouver des réponses à plusieurs questions clés : quelles sont les principales raisons qui motivent les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat ? Quel est l'impact culturel sur ces motivations ? Quels sont les défis spécifiques qu'elles doivent affronter en plus de ceux rencontrés par les femmes dites "blanches" ? Quelles sont les causes liées à la disparité de genre et aux obstacles quant à l'origine ethnique dans le monde entrepreneurial ?

Un second objectif de cette étude consiste à analyser l'impact des structures d'accompagnement non mixtes dédiées aux femmes issues de minorités ethniques à travers les concepts de la non-mixité. Ces femmes cherchent-elles un soutien spécifique, et pourquoi ? Quelles sont leurs attentes vis-à-vis de ces réseaux ? Et surtout, comment ces structures influencent-elles leur parcours entrepreneurial, leurs opportunités et leur accès aux ressources, et en quoi ces réseaux peuvent-ils servir de leviers d'émancipation face aux discriminations et stéréotypes ?

Dans cette perspective, une méthodologie qualitative a été mise en œuvre via la réalisation d'entretiens semi-directifs auprès de femmes entrepreneures de minorités ethniques ainsi que d'actrices de structures d'accompagnement dédiées à la non-mixité ou aux horizons culturels variés (cf. annexe 1 : Guide d'entretien semi-directif). Le choix des entretiens qualitatifs s'est imposé comme la méthode la plus pertinente dans le cadre de ce travail, étant

donné qu'elle permet d'explorer les trajectoires individuelles de chaque entrepreneure, aspect qui est moins mis en avant dans les approches quantitatives. La démarche vise à faire ressortir la richesse, la complexité et la spécificité de chaque récit de femme entrepreneure issue de minorité ethnique. Cette méthodologie fait également ressortir les nuances propres à chaque parcours (motivations, obstacles perçus, manière dont chaque femme interprète et construit son expérience entrepreneuriale à l'intersection de son genre, son origine, etc.).

De plus, les entretiens semi-directifs donnent un cadre souple permettant de guider la discussion tout en laissant la possibilité aux participantes de s'exprimer librement. Ils permettent aussi un approfondissement de certaines thématiques en fonction des éléments évoqués spontanément par les entrepreneures interrogées, ainsi que la prise en compte du vécu émotionnel et symbolique.

4.4 Choix des participantes

Deux profils ont été recherchés pour contribuer à ce travail :

1. Des femmes entrepreneures francophones issues de minorités ethniques (tout âge et tout secteur confondus) à Bruxelles et en périphérie de Bruxelles.
2. Des personnes impliquées dans des structures d'accompagnement dédiées aux femmes issues de la diversité, basées en Flandres et à Bruxelles.

Le but est de croiser les points de vue entre les entrepreneures qui vivent les réalités du domaine entrepreneurial sur le terrain, et celles qui les accompagnent et les soutiennent dans leur parcours entrepreneurial.

4.5 Processus de contact et déroulement

De janvier à février 2025, la première étape du processus a été l'identification de femmes entrepreneures à interroger via les contacts de ma maître de stage, mon promoteur et des recherches sur les plateformes telles que LinkedIn et Instagram.

Ensuite, en mars 2025, l'envoi des demandes de proposition d'entretien personnalisées a été effectué via Instagram, LinkedIn, adresses e-mail ou sites professionnels des entrepreneures. Après avoir reçu plusieurs réponses, les entretiens ont été fixés et réalisés, soit en présentiel, soit via Teams (la majorité ayant accepté un entretien en présentiel).

Finalement, l'ensemble des entretiens a été mené au cours du mois d'avril et au début du mois de mai 2025.

4.6 Profils des personnes interrogées

a) Femmes entrepreneures

Nom	Âge	Origine	Secteur	Organisation	Ville
Haigoune Houda	25 ans	Maghrébine	Culturel - Activités artistiques et littérature	Girls Club	Bruxelles
Barry Daya	30 ans	Afrodescendante	Cosmétique	Karikemité	Bruxelles
Kasongo Patricia	46 ans	Afrodescendante	Horeca - Cake Designer	Paprika's Kitchen	Bruxelles
Samulu Lenge Hélène	30 ans	Afrodescendante	Salon de coiffure	Uzi Hair Bar	Bruxelles
Taybi Chaïmae	27 ans	Maghrébine	Horeca - Café	Kahwatea	Louvain-la-Neuve
Liban-Dédolé Déborah	25 ans	Afrodescendante	Horeca - Restauration/Traiteur	Komeka - Deby's Delice	Rhode-Saint-Genèse

Tableau 1 : Entrepreneures interrogées

b) Actrices de structures d'accompagnement

Nom	Organisme	Rôle
Mulowa Aurélie	Belgian Entrepreneures	Fondatrice
Sunzu Bérénice	SheDIDIT	Consultante en business et coach spécialisée en stratégie commerciale, marketing digital et finance

Tableau 2 : Actrices de structures d'accompagnement interrogées

4.7 Construction et déroulement des entretiens

La réalisation de huit entretiens exploratoires qualitatifs et semi-dirigés a été effectuée à l'aide d'un guide d'entretien préparé à l'avance (cf. annexe 1 : Guide d'entretien semi-directif et annexes 3a, 3b, 3c, 3d, 3e, 3f, 3g, 3h pour les retranscriptions). Il est important de noter que le guide a été adapté en fonction du profil de chaque femme entrepreneure interviewée.

Les entretiens ont duré entre 30 et 45 minutes, ont été enregistrés avec le consentement des participantes, puis retranscrits. Le guide s'appuie sur les concepts clés issus de la revue de littérature : motivations, obstacles liés au genre et à l'origine, accès au financement, impact de la culture et intérêt pour la non-mixité.

Le déroulement des entretiens se structure comme suit :

- Première partie : parcours personnel et motivations à entreprendre, en lien avec le genre, l'origine ethnique et la culture.
- Deuxième partie : obstacles rencontrés sur le plan entrepreneurial et identitaire, stratégies pour surmonter ces obstacles, accès au financement, rôle de la communauté et du soutien social.
- Troisième partie : rapport aux réseaux d'accompagnement, expériences vécues dans les structures mixtes ou non mixtes, et perception de l'impact de la non-mixité sur l'émancipation professionnelle.

Pour les entrepreneures n'ayant pas intégré de réseau, des questions ont été posées sur les raisons de ce choix, les alternatives envisagées, et l'ouverture éventuelle à cette option dans le futur.

Pour les actrices de réseaux, les entretiens ont porté sur les objectifs et les missions des structures, les actions mises en œuvre pour soutenir les femmes issues de la diversité, les résultats observés, les difficultés rencontrées (notamment en termes de financement) et le soutien (ou non) des politiques publiques.

Ces entretiens représentent une ressource précieuse qui enrichit cette recherche, leur diversité (secteurs, âges, origines, appartenance ou non à des réseaux) permettant de croiser les regards et d'embrasser une pluralité d'expériences ancrées dans le réel.

5. Analyse des données récoltées lors des entretiens

L'analyse des entretiens réalisés auprès des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques a permis de faire naître des points de convergence avec les éléments théoriques présentés dans la revue de littérature, notamment en ce qui concerne les motivations entrepreneuriales, les défis, et le financement. Afin de donner à cette analyse toute sa valeur ajoutée, les apports théoriques et les données empiriques ont été combinés. Chaque thème identifié dans les entretiens a ainsi été mis en lien avec les cadres conceptuels, ce qui a donné la possibilité de confirmer certaines tendances qui se retrouvent dans la littérature, et également d'apporter des nuances bien spécifiques au vécu de ces entrepreneures. Cette démarche comparative permet donc de structurer l'analyse de manière rigoureuse, tout en mettant en avant la voix des participantes et la singularité de leurs parcours.

L'ensemble des propos mentionnés dans la section cinq repose sur les entretiens menés dans le cadre de cette recherche. (cf. annexes 3a à 3h pour les retranscriptions). Ces annexes regroupent les entretiens réalisés avec les participantes suivantes : Mulowa Aurélie, Taybi Chaïmae, Samulu Lenge Hélène, Kasongo Patricia, Liban-Dédolé Déborah, Sunzu Bérénce, Haigoune Houda et Barry Daya.

5.1 Analyse des motivations et des opportunités de l'entrepreneuriat

Premièrement, une forte présence des motivations "pull" est observée, venant de motifs internes comme la recherche d'indépendance, de liberté ou d'épanouissement personnel. Ces motivations ont été grandement étudiées par la recherche scientifique (Carsrud & Brännback, 2011 ; Couland & Guidici, 2020 ; De Smet et al., 2023) et sont observées chez la plupart des femmes interviewées (cf. annexes 3a à 3h pour les retranscriptions). Barry (2025), par exemple mentionne la liberté de pouvoir gérer sa vie à son rythme, Taybi (2025), explique le besoin de ne pas être dirigée et de pouvoir gérer son entreprise comme elle l'entend, tandis que Liban-Dédolé (2025) et Lenge Salumu (2025) évoquent toutes deux l'envie de pouvoir faire les choses comme elles le souhaitent, selon leurs propres règles. Un autre élément mentionné est la passion, comme avec Kasongo (2025) qui a lancé son projet en lien avec sa passion pour la pâtisserie depuis son plus jeune âge alors que Barry (2025) se lance dans la création de produits capillaires et cosmétiques grâce à son amour pour les savoir-faire traditionnels de la culture afro.

La notion d'alignement entre valeurs personnelles et projet entrepreneurial, qui est souvent retrouvée dans la littérature, est aussi observable en réalité. Taybi (2025) énonce le fait que l'entrepreneuriat lui donne la possibilité de vivre selon ses convictions profondes. Un autre élément, souvent observable dans les motivations entrepreneuriales de l'entrepreneuriat féminin est la créativité (De Smet et al., 2023), un facteur présent dans les témoignages comme notamment chez Lenge Salumu (2025) qui explique que c'est sa forte créativité qui l'a incitée à se lancer dans l'entrepreneuriat afin de pouvoir s'épanouir pleinement. Le salariat

étant trop rigide pour lui permettre d'exprimer pleinement sa créativité, sa personnalité et de développer des projets à sa façon, elle s'est tournée vers l'entrepreneuriat. Par conséquent, l'entrepreneuriat était perçu comme l'opportunité de construire un projet à son image tout en laissant place à sa créativité.

Par ailleurs, des motivations "push" ont également été mentionnées dans certains entretiens : la restructuration professionnelle vécue par Kasongo (2025), qui l'a incitée à sortir du monde salarial, les difficultés à trouver un emploi en tant que femme voilée pour Haigoune (2025), ou encore le rejet de l'environnement salarial pour Barry et Liban-Dédolé (2025).

Toutefois, ces motivations sont présentes dans une moindre mesure et ne sont pas en lien avec des facteurs comme le chômage, le manque d'opportunités ou les discriminations qui sont mentionnées dans la littérature (Léger-Jarniou, 2013 ; De Smet et al., 2023). La raison qui justifie cela est le profil spécifique des femmes interviewées, qui sont impliquées dans des projets alignés avec leurs valeurs personnelles, mettant en avant les motivations "pull" qui font référence à l'épanouissement, la recherche d'autonomie ou la créativité. D'ailleurs, pour beaucoup d'entre elles, leur parcours ne suit pas une logique linéaire, comme l'indiquent D'Andria et Gabarret (2016), elles combinent les facteurs "pull" et "push". Contrairement aux travaux évoqués par Léger-Jarniou (2013) et De Smet et al (2023) liés à une précarité ou au chômage, ne sont pas des éléments qui ont été mentionnés par les femmes entrepreneures qui ont témoigné. Enfin, certaines entrepreneures n'avaient pas pour but d'entreprendre au départ et ont pris l'opportunité ou ont voulu répondre à un besoin identifié, ce qui apporte également une nuance entre les facteurs "pull" et "push".

5.1.1 L'identité comme motivation centrale

Un élément fortement évoqué par les interviewées, mais peu mis en avant dans la littérature, est la profondeur identitaire de certaines trajectoires. Mulowa (2025) évoque que son déclin entrepreneurial trouve son origine dans un vide constaté en termes de représentations des femmes afrodescendantes dans l'écosystème entrepreneurial belge. Sunzu (2025) parle quant à elle d'une volonté d'aider sa communauté ainsi que d'une volonté de combattre les inégalités systémiques. Barry (2025) mentionne son retour au naturel et la réappropriation de son corps comme point de départ de son entreprise et la volonté d'engager sa communauté à revenir aux cheveux afro naturels. Ces récits perçoivent l'entrepreneuriat comme un acte de résistance, de visibilité et de justice sociale. Ces derniers sont des raisons qui appuient davantage l'importance de l'approche intersectionnelle pour comprendre les expériences des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques.

Enfin, les entretiens évoquent l'instinct entrepreneurial. Haigoune (2025) parle d'une disposition naturelle mais inconsciente à entreprendre, tandis que Barry (2025) affirme de son côté que l'entrepreneuriat était en elle et parle aussi du fait que l'entrepreneuriat puisse être inné pour certaines personnes.

Une constatation flagrante à faire en parallèle avec la littérature pour conclure est le fait que les motivations entrepreneuriales trouvent bel et bien leur place dans un ensemble de facteurs personnels, psychologiques et contextuels comme le révèlent Carsrud et Brännback (2011). Ces éléments peuvent être renforcés par les propos de D'Andria et Gabarret (2016) qui expliquent que toutes les femmes n'ont pas les mêmes motivations étant donné qu'elles ont toutes des styles de vie, des aspirations et choix personnels et professionnels différents.

5.1.2 La culture et l'origine comme des facteurs entrepreneuriaux : exprimer, résister, se différencier

Les éléments récoltés lors des entretiens (cf. annexes 3a à 3h pour les retranscriptions) confirment les propos de la littérature en ce qui concerne les liens étroits entre l'identité culturelle et les motivations entrepreneuriales chez les femmes issues de minorités ethniques. Plusieurs auteurs comme Fleury (2016), De Smet et al. (2023) Coulaud et Guidici (2020), mentionnent l'importance du vécu personnel, de l'appartenance communautaire ainsi que la volonté de transmission culturelle comme facteurs poussant à l'engagement entrepreneurial. Trois rôles stratégiques ressortent particulièrement de l'analyse : exprimer une identité, résister à l'exclusion et la recherche de différenciation sur le marché.

Exprimer : transmettre une culture et créer du sens

La plupart des femmes entrepreneures interrogées voient l'entrepreneuriat comme un espace d'expression identitaire. Elles expliquent que l'entrepreneuriat leur a donné la possibilité de mettre en valeur des pratiques culturelles, de transmettre un héritage ou encore de répondre à des demandes/besoins perçus par leur communauté. C'est le cas de Barry (2025), dont le retour aux cheveux naturels et à la création d'une marque de cosmétiques à base de karité et de savoir-faire traditionnel s'inscrit dans une logique de réappropriation culturelle. Liban-Dédolé (2025), de son côté, offre une gastronomie africaine moderne et revisitée, donnant sens à son projet qui lie tradition et innovation. Taybi (2025), quant à elle, met au cœur de son projet, son identité marocaine dans l'ambiance de son café, son offre culinaire ainsi que le nom de son établissement Kawhatea.

Résister : outil contre l'exclusion et création d'espaces de confiance

L'entrepreneuriat est également vu comme un acte de résistance face aux formes d'exclusion. Mulowa (2025), la fondatrice de Belgian Entrepreneures, souligne l'importance de développer des espaces sécurisés pour les femmes entrepreneures afrodescendantes, qui sont encore souvent sous-représentées dans l'écosystème entrepreneurial traditionnel. Sunzu (2025), explique-t-elle aussi avoir développé son activité de coaching en raison de la demande et de

la sous-représentation de sa communauté afro descende. Elle mentionne également (en tant que business coach chez SheDIDIT) que le but de cette structure d'accompagnement est de mettre à disposition un espace de confiance et sûr pour les femmes d'horizons culturels variés afin qu'elles s'émancipent de la meilleure des façons dans leur trajectoire entrepreneuriale.

Se différencier : construire un “branding” identitaire

L'identité culturelle peut aussi avoir une influence stratégique de différenciation. Certaines entrepreneures l'utilisent pour se différencier sur le marché et s'en servir comme un outil de branding. C'est le cas de Lenge Salumu (2025) qui explique comment les soins dédiés aux cheveux afro qui, au-delà de son aspect communautaire, ont permis de viser une clientèle diverse, dont des femmes caucasiennes qui ont elles aussi des cheveux bouclés. Ainsi, l'expérience capillaire est devenue une expérience universelle et un élément distinctif. Taybi (2025), ajoute également que l'identité de son café est un avantage lui permettant de se différencier de la concurrence.

Un dernier aspect intéressant constaté lors des entretiens est la dimension transnationale de certains projets. Mulowa (2025) évoque l'existence de chaînes d'approvisionnement synergiques entre entrepreneures afrodescendantes ainsi que la collaboration avec des coopératives du pays d'origine. C'est le cas de Barry (2025), qui travaille avec des coopératives de femmes africaines dans son projet de cosmétiques et soins capillaires.

Pour conclure, les témoignages récoltés confirment que, pour un grand nombre de femmes issues de minorités ethniques, l'identité culturelle est un élément principal de leur projet entrepreneurial. Leur identité culturelle est une source d'inspiration, une stratégie pour se différencier sur le marché, un outil de résistance et un vecteur de sens et d'impact social remarquable.

5.1.3 Le risque d'essentialiser l'origine ethnique

Cependant, une telle valorisation culturelle n'est pas recherchée par toutes les femmes interrogées, ce qui peut également faire émerger une interrogation : faut-il nécessairement mettre son identité culturelle au centre de son projet quand on est une femme issue d'une minorité ethnique ?

Ce questionnement ramène au risque d'essentialisation, celui de penser que toutes les femmes issues de minorités ethniques veulent ou doivent faire de leur culture un élément principal de leur activité. Comme le souligne Fleury (2016), certaines entrepreneures peuvent se sentir assignées à des rôles ethno-spécifiques ou coincées à des niches communautaires. Il évoque le repli communautaire subi qui réfère à l'enfermement dans un segment de marché.

Ce phénomène a pu être constaté et nuancé grâce aux entretiens réalisés. Bien qu’une grande majorité des femmes entrepreneures choisissent d’intégrer leur origine dans leur projet, certaines font le choix inverse. C’est le cas de Haigoune (2025), qui a préféré opter pour un projet artistique et littéraire sans lien avec ses racines maghrébines. Elle souligne que ce choix était important afin de ne pas être catégorisée. Une stratégie identitaire a également été évoquée par Mulowa (2025) qui affirme le fait que certaines femmes de sa structure d’accompagnement font le choix de ne pas s’identifier à leur origine ethnique et que cela fait référence aux différentes stratégies identitaires et le besoin de maîtriser sa propre image.

L’expérience de Kasongo (2025), cheffe pâtissière est aussi interpellante à ce sujet. Elle s’est vue questionnée sur le fait qu’elle ne proposait pas de la cuisine africaine, une question qui l’a assez fortement interpellée. Cela montre le stéréotype latent selon lequel une femme noire devrait mettre en avant ou offrir des produits en lien avec sa “culture”, comme elle l’explique. Or, comme elle le dit, elle souhaite être reconnue pour ses compétences en pâtisserie et ne pas être assignée à une identité culinaire préconçue.

Ces différents témoignages ont pu montrer la complexité des rapports à l’origine culturelle qui peut être vécue de différentes façons. On remarque aussi que les femmes entrepreneures interrogées n’ont pas toutes le même rapport à leur identité et dans leur envie de partager cette identité dans leur projet entrepreneurial, certaines choisissent de la mettre en avant tandis que d’autres optent pour la neutralité voire la dissimulation totale, ce qui montre qu’il existe bel et bien une diversité quant aux trajectoires identitaires, qui ne doivent pas être réduites à une seule lecture culturelle ou communautaire.

5.2. Défis rencontrés

5.2.1 Défis liés au genre : sexisme et stéréotypes

La littérature mentionne que le monde entrepreneurial est construit autour de normes genrées qui façonnent l’activité entrepreneuriale, impactant par conséquent la manière dont les femmes se projettent mais aussi la façon dont elles sont perçues et jugées dans ce secteur (Lebègue & Constantinidis, 2016). Ils ajoutent également que ce sont les dispositifs institutionnels qui empirent les inégalités entre les genres masculin et féminin dans le secteur entrepreneurial en limitant les femmes à l’accès à certains postes, ressources et formes de reconnaissances (Lebègue & Constantinidis, 2016).

Cette tendance se confirme également dans les différents témoignages récoltés, révélant des remarques sur leur capacité à gérer leur projet seule, des agents immobiliers qui s’adressent de façon systématique à leurs conjoints, des partenaires masculins qui prennent une posture condescendante. Le fait d’être jeune et une femme dans l’entrepreneuriat ajoute également une difficulté, leur demandant de se justifier et de prouver davantage pour réussir.

Kasongo (2025) ajoute également que ces attitudes paternalistes concernant les partenaires masculins ne sont pas inattendues, traduisant ainsi une inégalité structurelle en termes de reconnaissance des compétences entre la gent masculine et féminine.

Des propos qui rejoignent la littérature sur le fait que malgré les progrès réalisés pour assurer une meilleure égalité, des stéréotypes de genre perdurent (Lebègue & Constantinidis, 2016). Ce sentiment est partagé par O'Shea et al. (2021) qui dénoncent les standards entrepreneuriaux blancs, masculins, hétérosexuels et occidentaux marginalisant les formes d'entrepreneuriat réalisées par des femmes ou d'autres minorités.

5.2.2 Défis liés à l'origine ethnique et aux discriminations raciales

Comme le souligne Carles (2011), les femmes issues de minorités ethniques sont confrontées à de nombreux obstacles systémiques liés à leur genre, leur origine ethnique, religion ainsi qu'à leur position dans la société. Ces obstacles fusionnent dans des logiques de domination intersectionnelles, produisant ainsi des effets spécifiques invisibilisés par les institutions ou dispositifs d'accompagnement traditionnels (Carles, 2011).

Plusieurs des entrepreneures interviewées ont confirmé ces barrières supplémentaires en tant que femmes racisées. Mulowa (2025) mentionne le manque de représentation des femmes noires dans l'entrepreneuriat, engendrant un syndrome de l'imposteur pour beaucoup d'entre elles. Liban-Dédolé (2025) parle d'un racisme "caché mais omniprésent" ainsi qu'un sentiment de devoir se justifier et de prouver sa réussite entrepreneuriale en tant que femme noire. Barry (2025) évoque, quant à elle, la difficulté d'avoir les mêmes opportunités que des femmes blanches ainsi qu'une forme d'injustice lorsqu'elle constate que d'autres personnes ne faisant pas partie de sa culture arrivent à mieux commercialiser un produit venant de son propre pays.

Par ailleurs, même si l'entrepreneuriat est perçu comme une stratégie d'émancipation et de contournement pour les femmes musulmanes en Belgique afin de pouvoir développer un espace sécurisé où elles peuvent travailler en s'assurant et en respectant leur identité culturelle et religieuse d'après El Fatimi (2024), des contraintes liées à l'identité culturelle persistent. C'est le cas pour Taybi (2025) et Haigoune (2025) qui évoquent des difficultés à mettre en avant l'aspect marocain dans leur projet dans un espace loué ou bien le manque de visibilité du projet dû au port du voile.

Finalement, Sunzu (2025), coach en finance chez SheDIDIT, une structure d'accompagnement pour les femmes issues d'horizons culturels variés, parle d'un manque de compréhension culturelle dans les structures d'accompagnement classiques. Elle mentionne que ces structures ne comprennent pas toujours les projets des entrepreneures qui s'inscrivent dans des logiques communautaires ou religieuses, provoquant ainsi un décalage avec les structures d'accompagnements ou les institutions traditionnelles et l'exclusion de ces femmes dans l'écosystème entrepreneurial.

Ce constat rejoint les analyses faites par Fleury (2016) qui explique que les espaces d'accompagnement prenant en compte l'identité des femmes de minorités ethniques sont bien plus que de simples espaces de soutien. Ils permettent à ces femmes d'affirmer leur identité culturelle tout en développant une activité économique. Ces structures mettent en avant la légitimation des projets culturels qui sont encore trop souvent marginalisés ou vus comme non-professionnels par les institutions traditionnelles.

5.2.3 Défis liés au financement : accès restreint et biais systémiques

L'un des principaux obstacles mis en avant par la littérature en ce qui concerne les femmes entrepreneures est la difficulté à obtenir des fonds pour financer leur projet (Santoni, 2016).

De plus, le rapport réalisé par De Smet et al., (2023) mentionne que beaucoup de femmes entrepreneures issues de minorités ethniques ne possèdent pas un capital de départ suffisant et hésitent à faire appel à un prêt bancaire, soit par peur de rejet, soit à cause de contraintes administratives. L'OCDE (2020) explique que ces femmes, contrairement aux hommes ou non racisés, sont plus susceptibles de ne pas opter pour un crédit par anticipation de difficultés.

Un constat académique bien illustré à travers les témoignages récoltés est le fait que toutes ces entrepreneures ont financé leurs projets par leurs propres fonds ou grâce à leur entourage. Mulowa (2025), fondatrice de la structure d'accompagnement Belgian Entrepreneurs, mentionne en effet que les femmes entrepreneures comptent en général plus sur les 3 F (Family, friends and Fools) que sur les institutions financières. Elle explique que très peu de femmes entrepreneures sollicitent des demandes de prêt, et c'est alors plutôt du microcrédit qui est sollicité. Uniquement deux des entrepreneures interrogées ont pu obtenir un microcrédit via MicroStart. Cela confirme les propos de Chasserio, Pailot et Poroli (2016) quant au fait que les femmes ont tendance à plus recourir à la sphère privée pour avoir des fonds propres. De plus, ces auteurs pensent que cette tendance peut venir d'une certaine réticence à solliciter des financements auprès des institutions.

Mulowa (2025) évoque cette méfiance des femmes à aller vers les institutions et de comprendre les aides proposées par chaque institution pour leur projet personnel.

Liban-Dédolé (2025) explique que, dans le début de son parcours entrepreneurial, elle a été voir les banques et très vite, elle a compris qu'être jeune, sans connaître les mécanismes entrepreneuriaux et sans avoir de CDI est très compliqué pour approcher les institutions. Elle a quand même pu bénéficier d'un prêt étudiant chez Belfius de 7000 euros car un l'homme en charge de son dossier croyait en elle et, après les 2 premières années de la création de sa SRL, elle a pu obtenir un micro-crédit chez MicroStart bien que toutes les autres banques aient refusé. Elle a donc principalement financé son projet par ses fonds propres en combinant trois jobs différents.

Kasongo (2025), elle, explique que lorsqu'elle a demandé à sa banque où elle était déjà cliente pour son assurance et crédit hypothécaire, bien qu'elle était déjà connue par la banque car elle a aussi son compte professionnel à la banque, ils n'ont pas pris au sérieux, n'ont même pas répondu par mail et n'ont donné aucun motif, ni raison. Elle dit ne pas savoir la raison de ce refus, avançant que c'est peut-être le genre ? Elle évoque le fait que peut-être le milieu bancaire n'aime plus financer l'horeca, mais elle ne peut pas garantir la raison.

Cela peut être mis en parallèle avec les propos évoqués par Chasserio et al. (2016), selon lesquels les financiers peuvent adopter une attitude plus prudente à l'égard des projets entrepris par les femmes étant donné la taille, la croissance limitée et les secteurs perçus comme moins rentables.

Toutefois, la plupart d'entre elles envisagent à solliciter un prêt au vu de leur projet grandissant et surtout pour pouvoir faire croître davantage leur projet.

Mulowa (2025), fondatrice de la structure d'accompagnement Belgian Entrepreneurs, ajoute également qu'il y a très peu de chiffres concernant la demande des prêts chez les femmes entrepreneures. Pourtant elle fait part du fait, qu'en moyenne, les femmes apportent 5% de garantie en plus que les hommes et qu'elles remboursent davantage que les hommes quand elles font des demandes de prêts. Elle constate donc une discrimination au niveau des prêts entre hommes et femmes et pour cette raison elle évoque le fait qu'on puisse imaginer un pourcentage encore plus petit pour les femmes noires ou de minorités ethniques.

Ensuite, Mulowa (2025) explique qu'il y a un manque de connaissances pour faire des appels à projet et obtenir des subsides. Cela demande une maîtrise de la rédaction, de nombreux outils et compétences que beaucoup d'entre elles n'ont pas. Des propos que d'autres entrepreneures mentionnent quant à la méconnaissance des aides financières, à comment approcher les institutions de la bonne façon ainsi qu'au manque de compétences pour constituer un bon dossier.

Finalement, Sunzu (2025), coach en finance dans la structure d'accompagnement SheDIDIT, explique que l'un des principaux défis pour aider les femmes entrepreneures est de collecter des fonds. Elle explique qu'il faut encore faire des études et des recherches. Elle mentionne également que la situation diffère des USA ou du Royaume-Uni, où ils ont constaté l'importance d'investir dans les femmes. En Belgique, il n'y a encore que trop peu d'études à ce niveau. Des études concernant les groupes sous-représentés sont également nécessaires pour les intégrer davantage et comprendre leur potentiel.

5.2.4 Autres défis transversaux : Pensées limitantes, solitude

En plus des discriminations liées au genre, aux origines et au financement, les entrepreneures sont confrontées à d'autres obstacles psychologiques et organisationnels.

Un autre défi largement évoqué par les entrepreneures est le manque de confiance en soi. Lenge Samulu (2025) explique que l'un de ses défis réside dans les pensées limitantes l'empêchant de pouvoir lâcher prise et de progresser et passer à l'action. Il est important selon elle de pouvoir se faire confiance pour avancer au mieux dans son projet entrepreneurial. D'autres des femmes interrogées témoignent de ce manque de confiance en soi. Sunzu (2025), coach en finance chez SheDIDIT, évoque la confiance en soi comme l'un des principaux défis rencontrés par les femmes entrepreneures qu'elle accompagne.

Des propos confirmés par la littérature. Des études ont montré qu'en effet, les femmes entrepreneures ont tendance à douter plus de leurs compétences et de leur légitimité que les hommes, ce qui peut limiter leur développement entrepreneurial (Piva & Rovelli, 2022).

D'autres défis comme le sentiment d'isolement et de vie sociale moindre sont également mentionnés, moins de temps pour soi, sa famille et ses amis, en particulier au début du parcours entrepreneurial. L'absence de soutien, la difficulté à trouver un équilibre entre vie privée et professionnelle ou encore la surcharge liée à la gestion multitâche, il faut faire attention à la charge mentale et à ne pas se sentir submergé et tomber en burn-out.

La mise en avant de la culture de la sécurité et du salariat qui donne une difficulté à lâcher pour entreprendre et lâcher son emploi et l'incompréhension de l'entourage sur le fait de quitter son emploi pour l'insécurité de l'entrepreneuriat

Ensuite, le fait d'être une maman seule entrepreneure, être une mère seule avec un papa à l'étranger. La société est construite de façon à suivre un modèle défini : papa, maman et le salariat. Une fois en dehors de ce modèle, ce cadre, de grosses difficultés peuvent être rencontrées que ce soit au niveau financier (fait d'avoir qu'un seul salaire et qu'il permet de payer le loyer, les charges, garderie...). Cela impacte la confiance des banques étant donné qu'il faut une bonne trésorerie et finalement, elle mentionne le manque de structures et de garderies mises en place pour les mamans entrepreneures seules

Un autre défi mentionné par certaines est lié à l'impact de la culture de la sécurité associé au salariat qui met en avant l'importance de la stabilité au détriment de la prise de risque. Cette norme sociétale peut rendre difficile pour certaines de quitter leur emploi pour se lancer dans l'entrepreneuriat perçu comme incertain. L'incompréhension de l'entourage face à l'abandon volontaire d'un emploi stable pour entreprendre est aussi une dimension évoquée par certaines qui expliquent que cela peut peser sur leurs prises de décisions et créer une atmosphère de doute. Barry (2025) ajoute elle aussi l'incompatibilité de sa situation de mère entrepreneuse solo avec le modèle social basé sur le couple parental et le salariat. Elle explique qu'en l'absence de partenaire, le fait de n'avoir qu'un salaire limite la trésorerie et la rend moins fiable auprès des banques au vu de sa situation. De plus, elle souligne le manque de structures de garderies pour les enfants, impactant l'organisation de son quotidien et de son activité.

Finalement, un dernier constat intéressant à intégrer est le fait qu'aucune des entrepreneures interrogées n'ait mentionné quelque difficulté en ce qui concerne l'insertion dans les réseaux d'affaires professionnels comme le mentionnent différents auteurs dans la littérature (Santoni, 2016 ; Santoni & Barth, 2014 ; Bacha et al., 2016).

5.3 Les structures d'accompagnement

5.3.1 Le rôle des structures d'accompagnement dans l'entrepreneuriat

Comme Elafqih et Messaoud (2024) l'ont souligné, l'accompagnement entrepreneurial a fait ses preuves à ce jour et s'impose même comme un élément indispensable et non négligeable dans la création et le développement d'une entreprise. Les structures d'accompagnement sont des leviers clés permettant le succès entrepreneurial en offrant des conseils, des ressources et un cadre propice afin d'augmenter leurs chances de viabilité et de croissance (Lebègue, 2015 ; Elafqih & Messaoudi, 2024).

Les différents témoignages recueillis ont pu montrer que presque toutes les entrepreneures avaient suivi/suivent ou intégré des structures d'accompagnement. Toutes reconnaissent la nécessité et les nombreux avantages qu'apportent ces structures que ce soit pour avoir des conseils, un soutien, obtenir des informations, suivre des programmes spéciaux, se faire de nouveaux contacts.

Les structures mixtes comme Hub.Brussels, Start Lab et MicroStart ont été mentionnées par plusieurs d'entre elles. D'ailleurs, ces entrepreneures expliquent ne pas avoir de problèmes à intégrer des structures mixtes et ne sont pas forcément à la recherche de réseaux conçus pour les femmes ou avec quelque spécificité tant que cela leur est bénéfique.

Certaines, comme Kasongo, ont d'abord intégré des réseaux mixtes. Elle a toutefois ressenti le besoin de rejoindre des espaces plus spécifiques, en raison de son genre, de sa couleur de peau ou de son appartenance à une minorité en Belgique. Elle souligne aussi que certains besoins sont liés à son domaine d'activité, comme le catering, la restauration ou l'événementiel.

Cela rejoint les propos de Lebègue (2015), qui met en lumière la nécessité de proposer des structures d'accompagnement qui puissent adapter leur offre en fonction des spécificités des différents profils des entrepreneurs afin de répondre aux mieux aux besoins recherchés par les entrepreneures. Il mentionne notamment cette importance pour les femmes entrepreneures au vu des caractéristiques et obstacles liées à leur genre, nécessitant une approche personnalisée et ciblée en matière d'accompagnement (Lebègue, 2015).

Kasongo (2025) évoque aussi un changement dans ses choix de réseaux professionnels. Après avoir intégré un réseau d'entrepreneures axé sur l'événementiel, elle a pris ses distances estimant que cela ne correspondait plus avec ses attentes et l'orientation qu'elle souhaitait donner à son activité. Elle parle également de l'importance des réseaux féminins qui offrent

une dimension supplémentaire liée à la féminité. Pour elle, ces espaces sont des lieux de développement professionnel mais également des lieux de soutien émotionnel où il est possible d'échanger et de partager ses difficultés avec d'autres entrepreneures et de trouver un souffle collectif face aux défis qu'elles rencontrent au quotidien.

Elle a donc par la suite suivi deux programmes (Programme général + programme sur l'aide financière) chez WomanPreneur et explique que ces programmes l'ont énormément aidée. Surtout le programme sur les aides financières. Elle explique aussi que cela l'aide à se pousser dans ses retranchements, d'autres personnes la poussent dans ses retranchements et à se poser des questions, à aller vers des éléments vers lesquels elle n'aurait jamais été seule.

5.3.2 L'importance des réseaux non-mixtes

Elle insiste sur l'importance des réseaux spécialement conçus pour les femmes en mentionnant les menstruations vécues par les femmes. En tant qu'entrepreneure, on commence sa journée avec sa casquette de secrétaire, puis l'après-midi il y a le catering, puis il faut gérer le service clientèle. Il faut en même temps envoyer des mails. Le soir il y a peut-être un évènement networking où il faut absolument aller pour rencontrer des gens.

Cela peut être difficile à expliquer à un homme, de dire que je ne peux pas m'y rendre car après le travail, je veux rentrer me coucher car physiquement parlant, à un moment donné, le corps ne suit plus.

Il y a aussi la maternité et les mamans solo. Il y a plein de choses propres aux femmes et pour lesquelles elles ont besoin de savoir que d'autres personnes comprennent et vivent la même chose et donc de se retrouver entre nous pour en parler

Toutefois, elle précise que ces structures ne sont pas indispensables pour toutes, et qu'il est essentiel, avant tout, de bien se connaître. Si une femme ne ressent ni le besoin ni l'intérêt, il n'est pas nécessaire d'y recourir.

D'ailleurs, Gérardin-Laverge (2024), explique que les structures non mixtes permettent aux personnes concernées de se rendre compte de leur position commune au sein des rapports de pouvoir, tout en donnant la possibilité de transformer un vécu individuel en une conscience collective mobilisatrice. Plateau (2017), mentionne aussi le fait que ces espaces donnent la possibilité à ces individus d'échanger entre eux, de se réapproprier leur histoire à l'abri des regards extérieurs.

Cela fait écho au projet fondé par Mulowa (2025), le développement d'une structure d'accompagnement pour les femmes entrepreneures afro-descendantes, voyant le manque de représentation et les défis supplémentaires qu'elles peuvent rencontrer suite à leur position à l'intersection de deux oppressions (genre + origine ethnique).

Elle explique également que la non-mixité inscrite dans ce genre de structure est un moyen et non une fin. Le but n'étant pas de rester enfermée entre femmes noires. Ce sont des moments prévus pour parler des problématiques qui les concernent, dans un format qui leur fait du bien pour par la suite être plus assurée et plus sûre de soi pour pénétrer d'autres espaces.

5.3.3 La non-mixité comme stratégie et pas comme une finalité

Ce positionnement rejoint les perspectives féministes intersectionnelles mises en lumière dans la littérature (Crenshaw, 1989 ; Fleury, 2016), qui insistent sur l'importance d'espaces sécurisés pour développer l'empowerment des femmes issues de groupes marginalisés. Gérardin-Laverge (2024) souligne que ces espaces n'ont pas l'objectif de séparer à long terme, mais plutôt d'offrir un moment de reconstruction, de sécurité et de développement personnel et collectif pour les personnes concernées. Ces lieux permettent de convertir une expérience de marginalisation en un levier de force et de solidarité. Il parle davantage d'une phase de transition permettant d'instaurer l'énergie nécessaire afin de mieux réintégrer les espaces mixtes avec plus de moyens, de conscience et de capacité à agir (Gérardin-Laverge, 2024).

C'est pourquoi, les réseaux non mixtes sont devenus un élément important pour les femmes racisées entrepreneures qui luttent contre les discriminations liées à leur genre et leur origine ethnique (Bruneel & Gomes Silva, 2017).

Mulowa (2025) ajoute également que le meilleur conseil selon elle pour réussir dans l'entrepreneuriat est de s'entourer, poser des questions autour de soi, d'aller à des événements et de ne pas rester seule, ce qui rejoint l'importance d'intégrer des structures d'accompagnement.

Elle insiste également sur les avantages et les bénéfices que cela apporte à toutes ces entrepreneures. A la fin de son programme de formation, plusieurs entrepreneures s'enregistrent à la TVA, elles se sentent plus sûres d'elles, se sentent entendues et écoutées dans une communauté bienveillante et présentant des ressemblances avec d'autres entrepreneures. Cela leur permet également d'acquérir des compétences en termes de créativité, leadership, en termes de rencontres et réseautages, connaître mieux l'écosystème, en terme d'hards skills et de compétences théoriques aussi

Sunzu (2025), coach également dans une structure d'accompagnement fondée pour les femmes venant d'horizons culturels différents, évoque que ces structures dédiées aux femmes venant d'horizons culturels donnent aux femmes beaucoup de soutien et qu'en plus des programmes et coachings proposés, il y a la création d'une communauté et que toutes ces femmes intègrent cette communauté.

Les structures d'accompagnement comme SheDIDIT permettent aux femmes d'en apprendre toujours plus, cela permet aux femmes de se donner des conseils entre elles, de s'entraider.

Elles reçoivent des retours de femmes affirmant se sentir prises au sérieux, écoutées et comprises. Elles réalisent les opportunités qui s'offrent à elles, prennent conscience de leurs capacités et comprennent que c'est possible. Cela contribue à une importante prise de confiance en soi.

En plus de leurs contenus pédagogiques bénéfiques pour ces entrepreneures, SheDIDIT et Belgian Entrepreneures sont mentionnées pour la création d'un sentiment d'appartenance communautaire. Sunzu (2025), explique que ces espaces boostent la confiance en soi, l'entraide et la prise de conscience des capacités des femmes. Ces effets sont alignés avec les constats de la littérature sur le rôle des réseaux pour combattre l'isolement, favoriser la légitimité, et offrir une reconnaissance souvent absente ailleurs (De Smet et al., 2023).

D'autres entrepreneures comme Liban-Dédolé (2025) mentionnent l'intérêt des cercles d'affaires payants, donnant un accès certain à des opportunités d'affaires, en échange d'un investissement financier et d'un engagement fort. Ces cercles d'affaires permettent de s'aligner davantage avec certains standards attendus dans certains milieux plus "institutionnels". Tandis que Barry (2025) évoque les formations privées pour avoir des formations sur mesure par rapport à son projet. Elle a suivi une formation sur "Comment optimiser mes ventes à travers mes réseaux sociaux" afin d'amener la clientèle vers son site internet et elle a vraiment adoré le fait que ce soit une formation privée et le fait que ça puisse traiter uniquement sa problématique à elle.

Enfin, certaines soulignent la fragmentation de l'écosystème entrepreneurial, les aides et les informations sont souvent éparpillées, difficiles à trouver ou compliquées à entreprendre sans accompagnement vu la gestion multitâche que recouvre l'entrepreneuriat. Pour cela, les structures d'accompagnement trouvent leur importance dans la nécessité de rendre accessible les ressources existantes, de démystifier les démarches pouvant être perçues comme complexes et d'aider à surpasser les barrières administratives et financières.

6. Analyse quantitative

Le présent travail a d'abord opté pour une approche qualitative, en cohérence avec la spécificité du sujet et de la diversité des profils et des trajectoires entrepreneuriales à explorer. En effet, cette méthode permet de saisir en profondeur les récits et les expériences singulières des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques à Bruxelles.

Dans un second temps, afin d'approfondir cette analyse, une enquête quantitative a été intégrée dans une logique de complémentarité. Elle permet d'élargir et de renforcer l'analyse qualitative réalisée précédemment (cf. Section 5) en apportant un éclairage chiffré sur certaines tendances observées.

6.1 Introduction à la démarche quantitative & démarche

Afin d'enrichir ma recherche et de compléter les données récoltées grâce aux huit entretiens qualitatifs réalisés auprès de femmes entrepreneures bruxelloises issues de minorités ethniques, j'ai entrepris une démarche quantitative additionnelle. L'objectif de cette approche est double : d'une part, faire ressortir certaines tendances générales auprès d'un échantillon plus large, et d'autre part, croiser ces résultats avec ceux des entretiens qualitatifs pour renforcer la validité et la profondeur de l'analyse.

Cette façon de faire m'a permis de confronter les récits individuels des entrepreneures interrogées à des données plus globales, afin de voir dans quelle mesure certaines motivations, défis, perceptions mentionnées lors des entretiens se retrouvent ou non à un niveau plus large. Le but n'étant pas d'établir des statistiques générales mais plutôt de dégager des tendances clés pouvant appuyer les résultats qualitatifs obtenus.

Pour ce faire, j'ai réalisé un questionnaire via Google Forms (cf.annexe 4 : Formulaire - étude quantitative), structuré autour des grandes thématiques abordées dans la revue de littérature et dans les entretiens qualitatifs : les motivations, les obstacles, les secteurs d'activité, le rapport au genre et l'origine, les structures d'accompagnement et le financement. J'ai ensuite diffusé ce questionnaire via plusieurs canaux par lesquels j'ai contacté personnellement une quarantaine d'entrepreneures via Instagram, LinkedIn, par e-mail, en leur expliquant le but de ma recherche. J'ai également mené des appels téléphoniques à ces mêmes entrepreneures pour favoriser la participation. De plus, j'ai pu bénéficier du soutien de réseaux dédiés à l'entrepreneuriat féminin comme Diane et Womenpreneur Initiative qui ont bien voulu relayer mon questionnaire auprès de leur communauté.

Malgré tous mes efforts de diffusion fournis, l'enquête a recueilli un total de 26 réponses (cf.annexe 5 : Réponses des participantes - étude quantitative). Un échantillon qui reste limité et ne permet pas d'établir une représentation statistique suffisante pour tirer de grandes conclusions générales. Néanmoins, les données récoltées pourront offrir une vision plus claire

et pertinente pour renforcer les résultats de l'enquête qualitative comme déjà dit précédemment et d'en dégager des tendances, même modestes. Le fait de croiser la démarche qualitative avec une enquête quantitative me donne ainsi la possibilité de pousser davantage mes observations et ainsi de mieux comprendre la diversité des expériences entrepreneuriales vécues par ces femmes.

6.2 Analyse des données du questionnaire

L'analyse qui suit se concentre sur les grands thèmes identifiés dans le questionnaire, c'est-à-dire l'âge, le niveau d'éducation, l'origine ethnique, l'impact culturel et communautaire, les secteurs d'activités, les motivations et obstacles, les modes de financement ainsi que les structures d'accompagnement. Tous les aspects du questionnaire n'ont pas été explorés en détail mais pourront servir de suggestions pour de futures recherches.

L'ensemble des propos mentionnés dans la section six repose sur les réponses obtenues par les répondantes du questionnaire quantitatif réalisé dans le cadre de cette recherche (cf.annexe 5 : Réponses des participantes - étude quantitative).

6.2.1 Profil socio-démographique et origines ethniques

L'échantillon du questionnaire est composé en majorité de jeunes femmes entrepreneures. 42,3% d'entre elles ont moins de 30 ans et 38,5% ont entre 30 et 39 ans. Les femmes entre 40 et 49 ans sont moins nombreuses et très peu ont 50 ans ou plus. Ce constat montre une dynamique positive des nouvelles générations quant au profil jeune des entrepreneures.

Il est notable que la plupart des participantes détiennent un bachelier (46,2 %), et 19,2 % un master. D'autres ont toutefois suivi uniquement un enseignement secondaire ou une formation qualifiante. Certaines quant à elles, ne possèdent pas de diplôme ou autre, ce qui montre que la volonté d'entreprendre ne dépend pas forcément et uniquement d'un diplôme.

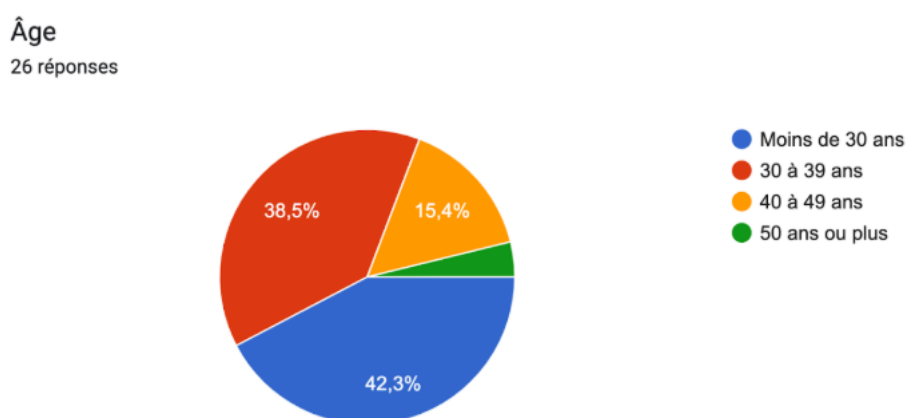


Figure 2 : Âge des répondantes au questionnaire quantitative

Niveau d'éducation

26 réponses

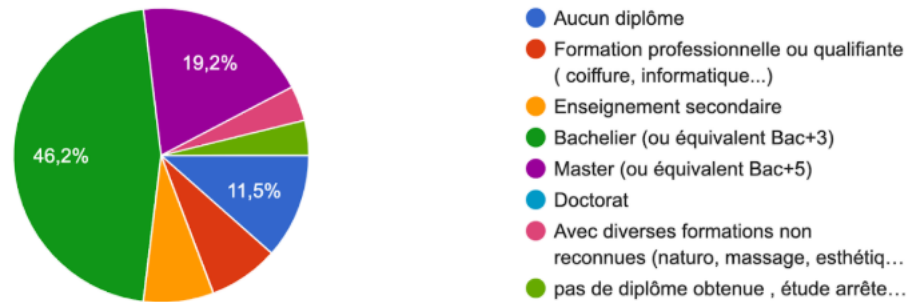


Figure 3 : Niveau d'éducation des répondantes du questionnaire quantitative

Origine ethnique

26 réponses

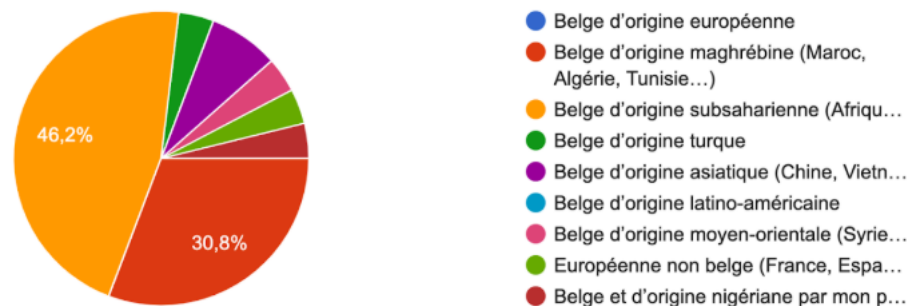


Figure 4 : Origine ethnique des répondantes au questionnaire quantitative

Quant aux origines ethniques, les répondantes sont principalement Belges d'origine subsaharienne ou maghrébine. Les autres origines sont moins représentées.

6.2.2 Activité entrepreneuriale et motivations

C'est principalement le secteur des services à la personne qui arrive en tête (23,1%) suivi du commerce de détail (19,2%) et des domaines culturels et artisanaux (11,5%). D'autres activités comme les professions libérales, l'Horeca, la santé ou le transport complètent ces données.

Ces répartitions témoignent d'une grande présence des femmes dans des domaines où l'identité, le contact humain et les valeurs ont un rôle majeur.

Dans quel secteur d'activité évolue votre entreprise ?

26 réponses

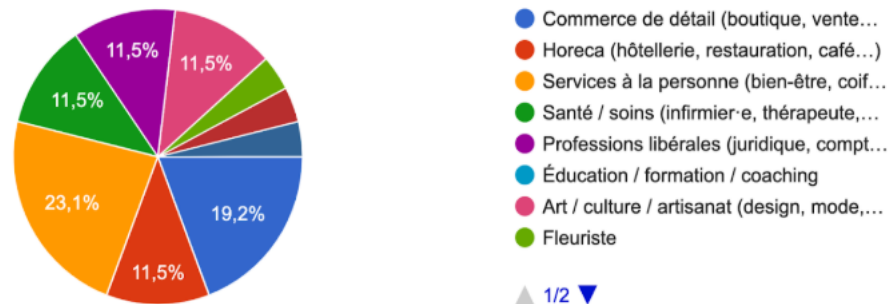


Figure 5 : Secteurs d'activité des répondantes au questionnaire quantitative

Sur un score allant jusqu'à 5, les principales motivations sont les suivantes :

Le désir de plus d'indépendance et d'autonomie domine avec un score moyen de 3,85/5. Ensuite, la passion pour un domaine en particulier (3,81), la recherche de sens se positionne juste après avec un score de 3,73. Finalement, c'est le besoin de flexibilité dans les horaires et l'impact social qui sont mentionnés.

Des données qui soulignent le fait que l'entrepreneuriat est perçu davantage comme un moyen d'émancipation personnelle et professionnelle que pour subvenir à des besoins financiers.

6.2.3 Identité culturelle et ancrage communautaire

65% des répondantes intègrent leur identité culturelle dans leur projet entrepreneurial, que ce soit de façon directe (38,5%) ou indirecte (26,9%). A contrario, 34,6% affirment que cela n'est pas un aspect central dans leur activité. Ces résultats témoignent donc du fait que pour une grande majorité des répondantes, la culture est vue comme une ressource à mobiliser dans leur activité mais à des niveaux qui diffèrent pour chacune d'entre elles.

A) L'Impact de l'appartenance communautaire

Une large majorité des entrepreneures répondent de manière positive par rapport à l'influence de l'appartenance à une communauté ethnique dans leur parcours entrepreneurial. Elles sont d'ailleurs 30,8% à percevoir l'entraide communautaire et le sentiment d'appartenance comme des leviers importants. Pour d'autres, c'est une façon d'y trouver un soutien moral et une source de motivation. Pour autant, 19,2% affirment ressentir une pression de devoir réussir pour leur communauté, ce qui prouve que ce lien peut être également une charge pour certaines. Par ailleurs, d'autres estiment que leur origine n'a pas d'impact sur leur parcours.

B) L'influence des valeurs culturelles et religieuses

Les valeurs culturelles et religieuses ont également un rôle significatif dans la façon certaine de leur entreprise. C'est 34,6% d'entre elles qui affirment que celles-ci les aident considérablement dans leur prise de décision et dans leur gestion quotidienne. Pour la moitié d'entre elles, ces valeurs ont un impact modéré. Uniquement 15,4% optent pour une approche détachée de leur culture d'origine. Par conséquent, la culture est bel et bien un repère dans leur position d'entrepreneure.

L'identité culturelle fait-elle partie intégrante de votre projet entrepreneurial ? (Par "identité culturelle", on entend ici vos origines, traditions, langues, références, valeurs, etc.

26 réponses

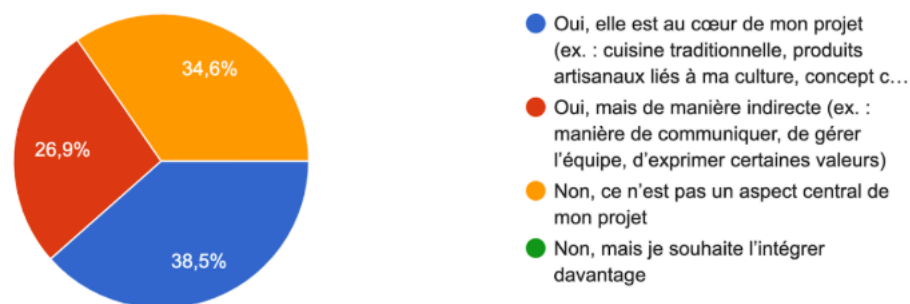


Figure 6 : L'implication de l'identité culturelle dans le projet entrepreneurial des répondantes au questionnaire quantitative

6.2.4 Obstacles et défis rencontrés

Les trois principaux défis auxquels les répondantes sont confrontées sont :

- 1) Tout d'abord, la complexité administrative (score de 3,5/5) qui freine la création et la bonne gestion de leurs activités.
- 2) Ensuite, l'accès limité aux financements, se retrouve en deuxième obstacle majeur (3,1/5), témoignant des difficultés à accéder aux institutions financières.
- 3) Finalement, c'est le faible accompagnement (3/5) qui est cité, indiquant que beaucoup d'entre elles se sentent seules ou en manque de soutien/ d'encadrement adapté pour les aider dans leur projet entrepreneurial.

Par conséquent, on constate que les trois principaux obstacles sont des obstacles à caractère structurel.

6.2.5 Financement et accompagnement

Quant au financement, le recours principal est l'autofinancement, dont 34,6% d'entre elles qui n'ont eu recours uniquement qu'à leurs fonds propres. D'autres et pour beaucoup, ont combiné leur épargne avec d'autres sources de financement comme le soutien de l'entourage. On remarquera que seuls les prêts bancaires sont les plus rares. Les principales raisons qui justifient ce faible taux est tout d'abord, le manque de crédibilité perçue auprès des banques, la difficulté à constituer un dossier administratif complet et solide seule, la complexité ou l'inaccessibilité des institutions et le manque de garanties ou fonds propres exigés ou de conditions à respecter. Pour celles ayant eu un refus à un crédit bancaire, c'est l'insuffisance des garanties présentées, et le non-respect des conditions d'octroi qui priment.

On remarquera également qu'un grand nombre d'entre elles, n'ont jamais fait appel aux institutions financières malgré le fait que leur réticence générale est moindre.

Voici les réponses de certaines répondantes qui ne sont jamais tourner vers les institutions financières (cf.annexe 5 : Réponses des participantes - étude quantitative) :

"Je ne souhaite pas m'endetter"

"Trop de démarches administratives"

"La peur du refus"

"Démarches, poids de devoir des comptes aux financeurs"

"Par manque d'infos, je ne sais pas ce qu'il y a derrière"

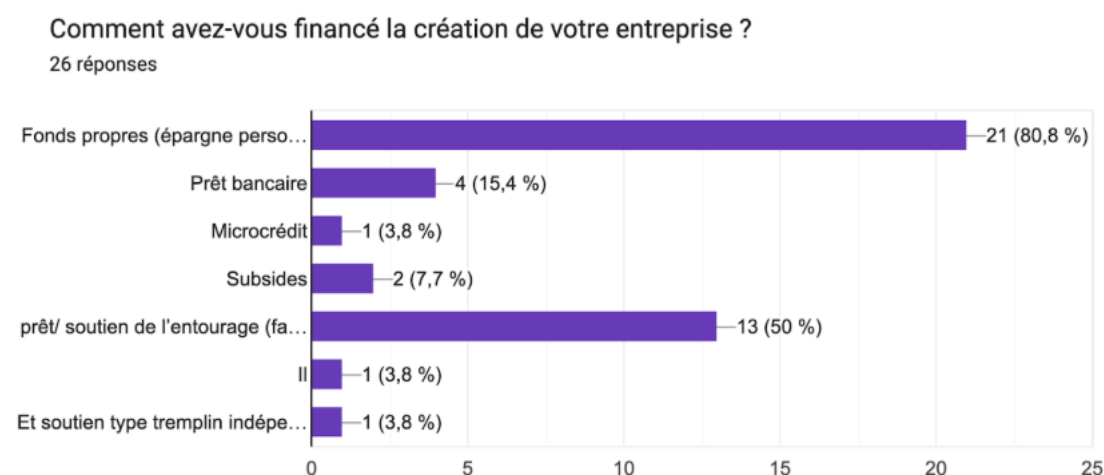


Figure 7 : Modes de financement utilisés par les répondantes du questionnaire quantitative pour financer leur projet

Si vous avez essayé un refus de crédit, quelle était la principale raison évoquée ?

26 réponses

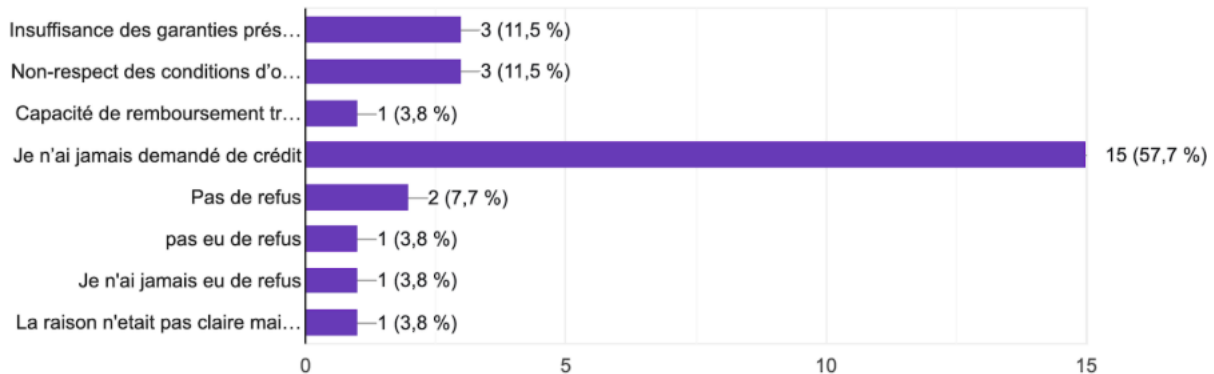


Figure 8 : Raisons dans le cadre d'un refus de crédit

Un autre obstacle significatif pour ces répondantes est notamment les doutes et pensées limitantes qu'elles ont d'elles-mêmes à propos de leurs capacités entrepreneuriales. 50% estiment ressentir ces pensées très fréquemment, ce qui témoigne le fait que les femmes ont tendance à ressentir plus de pensées limitantes à leurs propos.

À quelle fréquence ressentez-vous des doutes ou pensées limitantes sur vos capacités entrepreneuriales ?

26 réponses

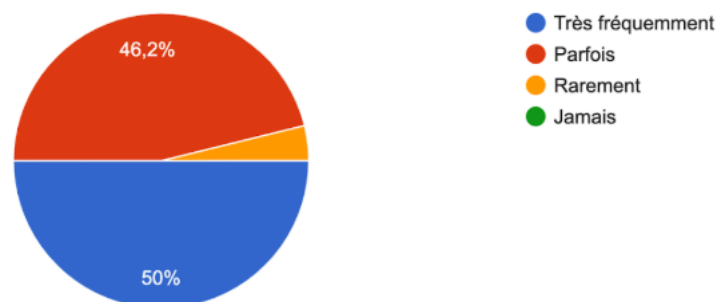


Figure 9 : Doutes et pensées limitantes quant aux capacités entrepreneuriales

Finalement, un dernier obstacle mentionné est le fait qu'être une femme de minorité ethnique est un frein supplémentaire. 53,8% d'entre elles estiment que le fait d'être une femme de minorité ethnique est parfois un frein dans leur trajectoire entrepreneuriale, tandis que 23% disent que c'est très souvent le cas. Cela signifie donc que presque 77% des participantes éprouvent au moins une forme d'impact négatif lié à leur origine ethnique dans

leur parcours entrepreneurial. En d'autres mots, la majorité d'entre elles y voient un désavantage spécifique mais néanmoins, il est important de rappeler et de nuancer cela en expliquant que cela leur est propre à chacune en tant que femme de minorité ethnique.

Par ailleurs, de tels chiffres soulignent l'importance de tenir compte des questions d'inégalités intersectionnelles dans les politiques de soutien à l'entrepreneuriat.

Commentaires de certaines participantes à propos de ce sujet (cf.annexe 5 : Réponses des participantes - étude quantitative) :

“Oui on est moins prises au sérieux, voire pas du tout”

“On nous prend moins au sérieux, difficile à trouver des clients, “

“Je pense que non, pour moi c'est nous qui créons nos propres freins et obstacles. Dans mon cas, je n'ai pas de mal à vendre mes services et gagner la confiance de mes clients mais ce n'est peut-être pas le cas pour d'autres personnes et surtout je pense que ça dépend des domaines dans lequel on évolue.”

“Bien sûr. Pour les femmes afrodescendantes, il peut y avoir des préjugés liés à l'image, au langage ou à l'accent, mais aussi une forme de défi à se faire prendre au sérieux, notamment dans des secteurs perçus comme plus “corporate” ou codifiés.

Les femmes maghrébines ou voilées peuvent quant à elles faire face à des stéréotypes très ancrés, parfois même à des refus explicites ou à un “paternalisme” qui les infantilise ou questionne leur légitimité.”

“Les accès et chemin d'opportunités ne sont pas les mêmes et tout tracés, mais il faut les créer”

“Oui, les aides seront différentes et manque de mentors, de modèles, manque de compréhension du projet !”

“Oui, possiblement selon des discriminations religieuses, ou si on a l'air blanches c'est moins problématique (mon cas) (white passing)”

Un vif intérêt est marqué pour ces structures mais peu y participent, 38,5% d'entre elles disent ne pas bénéficier de ce genre de structures mais aimeraient et 23,1% n'en ressentent pas le besoin. Seulement 7,7% d'entre elles participent activement à une structure. D'autres dans leur cas, ont eu recours à des structures de façon ponctuelle ou uniquement en début de projet.

Par ailleurs, pour les femmes ayant répondu avoir été ou qui sont impliquées dans des structures, on remarque également que ce sont des structures autant mixtes que non mixtes. Les structures revenues sont les suivantes : les incubateurs, Womenpreneur, Shedidit, Jobyourself, Crédal et Successteam.

Bénéficiez vous d'un soutien d'une ou plusieurs structures d'accompagnement ?

26 réponses



Figure 10 : Soutien de structures d'accompagnement

Les avantages les plus recherchés sont davantage liés au soutien humain et collectif, avec en tête :

1. Le soutien moral et la motivation avec un score de 8,5 sur 10
2. La possibilité de se créer un réseau et de nouveaux contacts (8,5/10)
3. Le partage d'expérience et de savoir-faire (8/10)

Ces avantages aux scores plus élevés montrent que les entrepreneures sont à la recherche d'espaces où elles peuvent échanger, être solidaires entre elles et où elles peuvent se sentir comprises tout en se motivant avec d'autres femmes.

Ensuite, ce sont les compétences et la confiance en soi qui sont des leviers importants pour les répondantes avec des scores allant de 7/10 pour l'acquisition de nouvelles compétences et de 7,5/10 pour la confiance en soi.

Enfin, l'accès aux ressources (financières, matérielles et humaines) obtient un score de 6,5 sur 10, ce qui n'en fait pas un aspect négligé pour autant mais plutôt secondaire quant aux autres avantages cités ci-dessus.

En somme, les répondantes cherchent davantage de ces structures de motivation, des échanges ainsi qu'un réseau...Elles attendent de ces structures un aspect communautaire, inclusif et bienveillant qui leur permettent d'acquérir des outils concrets.

Conclusion

Cette analyse quantitative permet d'observer plusieurs tendances concernant le profil, les motivations, les défis ainsi que les besoins des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques à Bruxelles.

Tout d'abord, le profil des répondantes est marqué par une tendance assez jeune, plus de 80% d'entre elles ont moins de quarante ans. Un dynamisme qui s'accompagne d'un niveau de formation élevé étant donné que la moitié détient un titre de bachelier et 20% possèdent un master. D'ailleurs, la majorité des femmes ayant répondu au questionnaire sont d'origine subsaharienne ou maghrébine, reflétant ainsi une forte représentation de ces communautés dans l'échantillon récolté.

Du côté des secteurs d'activité, les entrepreneures exercent majoritairement dans les services à la personne, le commerce de détail et les métiers créatifs. Ces secteurs liés à l'humain, à la transmission ou à l'identité témoignent d'une volonté de créer une activité en accord avec leurs valeurs et leur vécu.

En ce qui concerne les motivations, le désir d'indépendance, la recherche de sens et la passion pour un domaine spécifique reviennent le plus souvent. Ces aspects révèlent que l'entrepreneuriat est perçu davantage comme un levier d'émancipation personnelle et professionnelle que comme un moyen de subvenir à ses besoins.

Par ailleurs, l'enquête a montré l'importance de l'identité culturelle dans la démarche entrepreneuriale pour ces femmes. 65% d'entre elles intègrent leur culture, que ce soit de façon directe (38,5%) ou indirecte (26,9%). La culture est donc vue comme une ressource et un facteur de différenciation pour certaines.

L'ancrage communautaire est aussi un levier important pour certaines d'entre elles, 30,8% des entrepreneures soulignent de l'importance du soutien de leur communauté et 26,9% trouvent un soutien et une source de motivation auprès de leur communauté. Néanmoins, certaines (19,2%) perçoivent une forme de pression de devoir réussir pour leur communauté, ce qui peut révéler le double effet de ce lien identitaire (soutien et responsabilité).

Concernant les valeurs culturelles et religieuses, 34,6 % des répondantes les jugent déterminantes dans leurs décisions, 50 % y voient un repère modéré, tandis que 15,4 % choisissent de dissocier ces valeurs de leur activité professionnelle. Ces résultats soulignent l'importance variable, mais souvent notable, de ces valeurs dans la posture de femme entrepreneure.

Sur le plan des obstacles, les principaux défis sont structurels : la complexité administrative, le manque d'accès au financement ainsi que le faible accompagnement. S'ajoutent également des freins comme le syndrome de l'imposteur et les pensées limitantes et la difficulté à accéder à des réseaux professionnels. Ajouté à cela, près de 77% des répondantes estiment

que le fait d'être une femme issue d'une minorité ethnique représente un frein au moins occasionnellement.

En ce qui concerne la question du financement, les entrepreneures s'autofinancent en grande majorité par leurs fonds propres (34,6%). Très peu d'entre elles optent pour un prêt bancaire pour diverses raisons comme la peur du refus, le manque d'informations, la complexité à concevoir un dossier solide et complet, les conditions d'accès jugées trop contraignantes ou inaccessibles, la peur de s'endetter...

Finalement, l'analyse des structures d'accompagnement montre une révélation paradoxale, si elles ne sont encore que très peu mobilisées (7,7%), elles sont grandement valorisées par ces femmes. Les avantages que perçoivent les femmes par rapport à ces structures sont le soutien moral (8,5/10) et la motivation, la création d'un réseau (8,5/10) et le partage d'expérience (8/10) et l'acquisition de compétences (7/10). Ces résultats prouvent que les femmes recherchent des espaces bienveillants et axés sur l'échange, des lieux qui sont plus que des accompagnements au plan technique.

Pour conclure, il est toutefois important de rappeler que les résultats obtenus doivent être interprétés avec nuance. Les expériences, perceptions et besoins varient d'une femme à l'autre, d'un parcours à l'autre, en fonction de son origine, de son secteur d'activité ainsi que de son environnement social et personnel. L'analyse effectuée n'a pas pour but d'en faire une généralisation mais de mettre en lumière des tendances qui, tout en restant limitées à un échantillon restreint, donnent des clés de lecture pertinentes et intéressantes pour mieux comprendre les dynamiques de l'entrepreneuriat minoritaire à Bruxelles.

7. Croisement des données qualitatives & quantitatives

L'objectif de cet avant dernier point est de mettre en relation les résultats obtenus des entretiens qualitatifs et de l'enquête quantitative, afin d'enrichir la compréhension des dynamiques entrepreneuriales chez les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques à Bruxelles. En croisant ces deux approches, cette démarche s'inscrit dans une logique de triangulation méthodologique qui permet de croiser et confronter les résultats recueillis par ces deux approches complémentaires (qualitative & quantitative)

D'une part, les données qualitatives (cf. annexes 3a, 3b, 3c, 3d, 3e, 3f, 3g, 3h pour les retranscriptions) récoltées à travers les entretiens apportent un éclairage plus nuancé et contextuel grâce aux perceptions, discours et logiques d'action des différentes femmes entrepreneures interrogées. D'une autre part, les données quantitatives issues du questionnaire réalisé (cf. annexe 5 : Réponses des participantes - étude quantitative) donnent une vision plus générale, chiffrée et représentative de certaines tendances observées dans l'échantillon.

Cela permet donc de mettre en lien les principaux axes d'analyse identifiés, avec les résultats obtenus des deux méthodes de données. Cette mise en perspective croisée permet d'identifier plus facilement les convergences, divergences ou les complémentarités entre les données. Elle permet également de renforcer l'interprétation des résultats en mettant en avant les dynamiques qui auraient pu passer inaperçues en laissant chaque méthode isolée.

Ainsi, cette manière de faire a pour but d'enrichir l'analyse en mobilisant les atouts respectifs du qualitatif et du quantitatif, tout en permettant une meilleure cohérence générale de l'interprétation des résultats.

7.1 Le profil des entrepreneures

Les données quantitatives obtenues ont montré un profil majoritairement jeune, avec plus de 80% des répondantes ayant moins de quarante ans. Un dynamisme qui se retrouve également dans les entretiens, où quasiment toutes les entrepreneures ont entre 25 et 30 ans.

Ce dynamisme générationnel peut être d'ailleurs expliqué grâce aux éléments récoltés lors des entretiens, où plusieurs femmes expriment leur volonté de rompre avec le modèle traditionnel du salariat. Cette tendance est d'ailleurs confirmée et observée dans la revue de littérature qui évoque l'évolution positive des jeunes femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat (cf. section 2.8).

D'un point de vue éducatif, la plupart des participantes de l'enquête qualitative et quantitative possèdent un diplôme de type universitaire ou un master, ce qui confirme le niveau de formation élevé des femmes dans l'entrepreneuriat. Toutefois, comme observé

dans les résultats du questionnaire ainsi que pour certaines des femmes interrogées, certaines n'ont pas de diplôme et ont uniquement eu recours à des formations et cela ne constitue pas un frein pour entreprendre, cela renforce au contraire l'idée que l'entrepreneuriat peut être porté par la passion, l'envie de créer son propre projet, l'intuition...

Quant aux secteurs d'activité, les femmes interviewées sont principalement dans trois secteurs qui sont l'horeca, la beauté et les cosmétiques ainsi que l'art/culture et le coaching. Les données du questionnaire confirment que les femmes sont davantage présentes dans des secteurs où l'identité, le contact humain et les valeurs jouent un rôle majeur. Un constat qui avait également été fait dans la revue de littérature dans la section 3 consacré à l'entrepreneuriat féminin à Bruxelles.

Finalement, deux origines principales sont mises en avant dans le cadre de la recherche qualitative et quantitative : les femmes entrepreneures maghrébines et afrodescendantes.

7.2 Les motivations

Les deux approches s'accordent sur le fait que les motivations "pull" dominant : recherche d'indépendance et d'autonomie (score de 3,85/5), passion, et la recherche de sens.

Par exemple, une des répondantes du questionnaire de l'étude quantitative évoque également le besoin d'apporter quelque chose de nouveau à la société et de montrer qu'elle peut impacter avec ses solutions face aux problématiques rencontrées par les familles en termes de mobilité pour leurs enfants. (Projet : Société de Transport et accompagnement d'enfant via une plateforme de réservation)

Ce que les chiffres révèlent en tendance est largement approfondi dans les entretiens où l'on retrouve des récits très incarnés. Les dimensions identitaires ainsi que personnelles sont fortement marquées, plusieurs femmes voyant l'entrepreneuriat comme un acte de réappropriation culturelle, une manière de répondre à une demande peu prise en compte sur le marché, de justice sociale, aider sa communauté, mettre en avant des produits locaux.

Ces résultats montrent que la majorité des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques possèdent des motivations profondes, liées à leurs origines culturelles mais surtout à leur parcours personnel. Cela souligne l'importance de considérer chaque parcours individuel dans l'analyse.

7.3 La place de l'identité culturelle

Les données quantitatives ont montré que la moitié des répondantes décident d'intégrer leur culture dans leur projet, mais de façon modérée, uniquement sur quelques aspects tout en ajoutant d'autres valeurs.

Les entretiens ont permis de mieux comprendre ce choix ou non d'intégrer la dimension culturelle ou non au projet entrepreneurial. Certaines misent sur la dimension culturelle comme point de départ à leur projet à des fins de transmission culturelle. D'autres l'utilisent à des fins de différenciation stratégique ou d'actes de résistance face à l'invisibilisation. D'autres l'utilisent dans leur façon de gérer leur entreprise. Toutefois, cette valorisation n'est pas unanime pour toutes. Certaines entrepreneures choisissent de s'en détacher, ou de ne pas le mettre en avant, certaines préfèrent ne pas mélanger vie professionnelle et vie personnelle comme l'indiquent le questionnaire ainsi que les propos de certaines entrepreneures interrogées.

Ce croisement met en évidence une pluralité de rapports à l'identité et surtout à la liberté personnelle pour ces femmes de mobiliser l'identité culturelle ou non selon leur stratégie entrepreneuriale, à quel degré, quel aspect etc.

7.4 Les obstacles rencontrés

Les deux aspects qui ressortent davantage des enquêtes qualitatives et quantitatives s'accordent essentiellement sur trois grands types d'obstacles :

Premièrement, les obstacles structurels qui évoquent la complexité administrative, l'accès limité au financement ou le manque d'accompagnement et la difficulté à trouver de l'aide.

Les obstacles psychosociaux, avec une grande présence marquée par les pensées limitantes : 50% des participants au questionnaire les ressentent fréquemment. Les entretiens avec les huit femmes entrepreneures ont fortement constaté cela. Beaucoup d'entre elles, voire quasiment la totalité ont évoqué toutes dans leurs entretiens le doute, le manque de confiance, en soi, le syndrome de l'imposteur et les pensées limitantes.

Troisièmement, les obstacles d'intersectionnalité, où les discriminations liées au genre et à l'origine se croisent. 77% des répondantes affirment que le fait d'être une femme issue de minorité ethnique est un frein, au moins occasionnellement. Dans les entretiens, ces réalités sont davantage expliquées par certaines. Ce que les chiffres confirment, les récits le densifient et l'humanisent.

Néanmoins, une partie des répondantes ainsi que des femmes interrogées évoquent ne pas avoir eu de problèmes quant à leur origine et à leur genre.

7.5 Le financement

Les études réalisées montrent toutes les deux un recours massif à l'autofinancement ou à l'aide de l'entourage. Ces freins sont à la fois techniques (complexité des démarches ou manque de garanties) et symboliques (peur d'être refusé, manque de crédibilité). Les entretiens ont permis de confirmer ces chiffres. Certaines parlent d'expérience de refus

injustifiées, d'autres évoquent la méfiance institutionnelle. Ce croisement confirme bien que l'accès au financement va au-delà de la question économique.

7.6 Les structures d'accompagnement

Bien que 7,7% des participantes soient impliquées dans une structure d'accompagnement, elles sont également nombreuses à valoriser les structures d'accompagnement mises en place pour les femmes entrepreneures. Elles perçoivent un soutien moral, du réseautage et la possibilité d'acquérir des compétences à travers ces structures. Lors des entretiens, toutes n'étaient pas impliquées dans des structures mais pour celles qui le sont, celles-ci ont témoigné des nombreux avantages que ces structures ont pu leur apporter. Une dimension supplémentaire a pu également se dégager grâce à leurs propos. Les femmes recherchent davantage des espaces sécurisants, compréhensifs et adaptés en particulier aux femmes.

Quant aux structures d'accompagnement exclusivement réservés aux femmes de minorités ethniques, 50% des répondantes du questionnaire s'accordent sur le fait qu'elles sont nécessaires mais qu'il est important d'avoir des structures non-mixtes juste réservées aux femmes pour une meilleure intégration. C'est également ce qui en ressort des entretiens, la plupart porte un vif intérêt pour les structures réservées aux femmes mais pas forcément sur le fait que ce soit axé qu'aux personnes issues de minorités ethniques.

Il est également important de souligner que dans le cas des structures d'accompagnement mises en place pour les personnes issues de minorités ethniques, celles-ci sont vues comme une stratégie temporaire et non comme une fin en soi, ce qui nuance et enrichit l'analyse concernant ce sujet.

Conclusion

Pour conclure, l'analyse croisée des données quantitatives et qualitatives a révélé avoir une forte cohérence entre les deux approches. Le questionnaire a permis de dégager des tendances générales sur le profil des femmes entrepreneures et a permis de donner des chiffres, tandis que les entretiens ont permis d'apporter une certaine nuance et profondeur et un côté humain afin de comprendre au mieux leurs trajectoires, leurs motivations, leurs obstacles. Cette double approche trouve une belle complémentarité car là où les chiffres objectivent, les réalités et les récits de ces femmes donnent du sens.

En parallèle, la revue de littérature a permis d'avoir une base théorique solide pour contextualiser ces résultats. Ces trois sources, ensemble, offrent une lecture riche, nuancée et cohérente sur les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques à Bruxelles.

8. Limitations et pistes pour de futures recherches

Cette recherche apporte une contribution supplémentaire pour comprendre les motivations et les défis des femmes entrepreneures issues de minorités. Il est toutefois important de souligner que cette recherche contient des limitations.

8.1 Limites méthodologiques

La méthodologie de ce travail repose sur une double approche qualitative et quantitative. Cependant, la partie quantitative n'a obtenu qu'un échantillon restreint de 26 répondantes, ce qui ne permet pas de tirer des conclusions généralisables. Celle-ci a toutefois permis de mettre en lumière certaines tendances pouvant éclairer, compléter et renforcer les analyses qualitatives recueillies. Pour aller un cran plus loin, il serait intéressant de réaliser une étude avec un échantillon plus large et plus diversifié, afin de renforcer la crédibilité des résultats et de pouvoir ainsi tirer des conclusions générales solides.

En ce qui concerne la démarche qualitative, elle s'est concentrée sur les parcours entrepreneuriaux de huit entrepreneures issues de minorités ethniques, établies à Bruxelles francophone et dans sa périphérie. Cette approche a permis de mieux comprendre les trajectoires de ces femmes souvent invisibilisées dans la recherche. Toutefois, elle présente des limites en termes de subjectivité des récits et de représentativité. De plus, les entretiens ont été réalisés dans un contexte géographique spécifique (Bruxelles francophone et sa périphérie), ce qui réduit la portée à d'autres régions de la Belgique.

Par ailleurs, tant dans la partie qualitative que quantitative, les participantes sont en grande majorité issues des communautés maghrébines et afrodescendantes. Une homogénéité qui restreint la diversité des profils et des expériences analysées. Il serait donc pertinent pour de futures recherches d'inclure plus d'origines culturelles et ethniques variées pour une meilleure appréhension des spécificités et des nuances des parcours entrepreneuriaux selon leurs contextes d'origine, leurs croyances, rapports au genre, au travail etc...

Un obstacle majeur également mentionné dans la revue de la littérature est le manque de données chiffrées et d'informations disponibles en ce qui concerne les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques. A l'heure actuelle, les statistiques concernant l'origine, le genre ou l'appartenance religieuse sont encore trop rares voire inexistantes en Belgique. Ce manque de statistiques rend difficile dans la reconnaissance institutionnelle de leurs parcours et limite la mise en place de politiques publiques plus adaptées à leurs besoins. (Commission européenne, 2007 ; ENAR, 2012)

8.2 Pistes pour de futures recherches

Afin de surmonter les limites évoquées et enrichir la littérature, plusieurs autres aspects peuvent être envisagés et suggérés.

Premièrement, combiner les méthodes qualitatives et quantitatives, avec des échantillons plus représentatifs pour croiser les données, de dégager et d'objectiver certaines tendances mises en lumière et pousser la validité des résultats obtenus. Comme l'étude de De Larminat (2013) le montre, les domaines comme la finance, les professionnels du métier optent pour des évaluations chiffrées associées et des jugements qualitatifs afin de renforcer la validité de leurs analyses. Faire des croisements permettrait une meilleure objectivité.

Deuxièmement, une autre suggestion serait de suivre les entrepreneures dans plusieurs étapes de leur trajectoire entrepreneuriale pour voir leurs évolutions, motivations, obstacles au fil du temps, en fonction de la croissance de leur entreprise ou par exemple des changements politiques et économiques.

Afin de comprendre davantage l'influence des origines culturelles sur les trajectoires entrepreneuriales, il pourrait être pertinent d'adopter une approche comparative interculturelle. L'étude de Savanevičienė et Stark en 2008, réalisée dans le cadre du CEDEFOP, est une approche intéressante pour aborder les différences et convergences de valeurs culturelles en milieu professionnel. Dans le cas de cette recherche (l'étude de Savanevičienė et Stark), l'analyse est axée sur des pays européens (Grèce, Autriche, Lituanie.). Cependant, l'étude aborde des aspects comme le rapport à la hiérarchie, l'individualisme peuvent être intégrés à l'analyse des trajectoires des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques car comme le souligne l'étude (Savanevičienė & Stark, 2008), les dimensions culturelles ont un impact sur le style de leadership, la prise de risque, de la perception du travail indépendant. Cette dimension est également abordée dans un article posté dans le blog de la structure d'accompagnement SheDIDIT intitulé *"Breaking cultural expectations as a businesswoman"* (Hussein, 2025).

Par ailleurs, dans une logique comparative, il pourrait être intéressant d'étudier les différences et les similitudes entre les femmes issues de minorités ethniques et les entrepreneures "blanches". Cela donnerait la possibilité de montrer les effets structurels causés par les discriminations systémiques ainsi que déconstruire les biais de genre et de race présents dans les discours dominants de l'entrepreneuriat.

Finalement, faire une distinction entre les générations (primo-arrivantes, deuxième génération) peut également être une contribution intéressante pour voir les progressions et défis des nouvelles générations, cette distinction a pu être observée dans l'étude *"Women entrepreneurs with diverse roots in Belgium"* réalisé par De Smet et al., (2023) qui cherche à

mieux comprendre les expériences, les freins, les motivations et besoins des femmes entrepreneures issues de la diversité en Belgique.

9. Conclusion générale

A travers huit grandes parties, ce mémoire s'est attaché à explorer les motivations et les défis des femmes entrepreneures issues de minorités ethniques : la non-mixité des structures d'accompagnement comme levier d'émancipation, dans un cadre bruxellois, sous une approche intersectionnelle. Il en ressort une compréhension riche et nuancée des motivations et des défis rencontrés par les femmes entrepreneures issues de minorités ethniques. Chaque partie du travail a contribué à enrichir la réflexion en croisant éléments théoriques et données recueillies sur le terrain.

L'introduction a posé le cadre d'analyse : dans une société où l'entrepreneuriat est perçu comme un moteur de développement économique et d'autonomisation, certains parcours entrepreneuriaux restent marginalisés. L'intérêt de ce mémoire part de ce paradoxe : Pourquoi, dans une ville aussi cosmopolite que Bruxelles, les femmes issues de minorités ethniques restent-elles encore trop sous-représentées, invisibilisées ou mal accompagnées dans leur trajectoire entrepreneuriale ?

Ensuite, la partie concernant la revue de littérature a permis de structurer les concepts clés, en commençant par le cadre théorique de l'intersectionnalité. Elle a ensuite détaillé les spécificités de l'entrepreneuriat féminin, les motivations, les défis qui y sont liés ainsi que les enjeux spécifiques pour les femmes issues de minorités ethniques. Ce cadre théorique met en avant un double constat : d'une part, l'entrepreneuriat féminin n'est pas homogène ; d'autre part, les femmes issues de minorités ethniques doivent faire face à des logiques de discrimination cumulée qui sont encore peu prises en considération dans la littérature actuelle ainsi que par les politiques de soutien dédiées à l'entrepreneuriat.

La revue de littérature se termine sur la nécessité d'un changement des paradigmes dominants. Il ne suffit plus de considérer les femmes entrepreneures comme un groupe minoritaire à inclure : il faut repenser les outils d'analyse, les structures d'accompagnement et les politiques publiques pour répondre pleinement à la diversité des parcours, des aspirations et des contraintes. L'intersectionnalité n'est pas uniquement un ajout théorique en ce sens, mais un cadre indispensable pour analyser les dynamiques des inégalités structurelles.

La méthodologie qui suit la revue de littérature est double au sein de ce travail : qualitative et quantitative. D'une part, la partie qualitative occupe une place centrale, à l'aide de l'effectuation d'entretiens semi-directifs réalisés auprès de femmes entrepreneures issues de minorités ethniques et d'actrices de l'accompagnement à Bruxelles (partie francophone).

L'ensemble des entretiens offre une plongée dans les vécus, les blocages ainsi que les aspirations. D'autre part, le quantitatif vient en complément afin d'objectiver certains éléments repérés dans les entretiens, mettre en lumière certaines tendances et renforcer la crédibilité de l'analyse générale par un appui chiffré.

La richesse des données qualitatives constitue le cœur analytique du mémoire. Les motivations à entreprendre dépassent largement les seules considérations économiques allant de l'affirmation identitaire, à la transmission culturelle, la contribution sociale et la volonté d'impact qui ressortent comme des leviers puissants. L'entrepreneuriat devient un outil d'émancipation, mais également de résistance face aux normes dominantes. L'origine n'est pas un simple marqueur, il joue un rôle actif dans la construction du projet entrepreneurial pour ces femmes.

En ce qui concerne les défis rencontrés, ceux-ci sont multiples et récurrents : sexisme, racisme, isolement, manque d'accès au financement, sentiment d'illégitimité. Ces obstacles ne sont pas anecdotiques, ils sont systématiques, structurels et renforcent la nécessité de réponses différenciées. Le rôle des structures d'accompagnement, notamment en non-mixité, apparaît ici comme un espace de soutien, de confiance, d'information et d'empowerment pour ces femmes.

Les résultats quantitatifs, quant à eux, viennent valider et nuancer certaines dimensions abordées dans les entretiens. Le profil sociodémographique des répondantes, les types de motivations exprimées, les obstacles cités confirment l'analyse qualitative. Ils montrent aussi que la dimension identitaire est centrale, de nombreuses entrepreneures intègrent activement leur héritage culturel dans leur activité, voire dans leur mission d'entreprise.

Le croisement des approches qualitatives et quantitatives permet de faire émerger une lecture cohérente et nuancée. Il confirme que les femmes issues de minorités ethniques n'entreprennent pas "comme les autres" mais selon des dynamiques qui leur sont propres, en tension constante entre vulnérabilité structurelle et créativité stratégique. Leurs parcours, qui sont rendus invisibles par les dispositifs traditionnels, sont porteur de sens, de résilience et d'innovation. L'identité devient ici un moteur plus qu'une contrainte, à condition d'être reconnue, valorisée et soutenue.

Toutefois, il est essentiel de considérer les limites méthodologiques de ce travail, car elles permettent de situer la portée des résultats et d'ouvrir à de nouvelles pistes de réflexion. Ces limites concernent principalement l'échelle de l'échantillon quantitatif et la difficulté d'obtenir des statistiques détaillées d'origines ethniques variées. Mais ces limites sont aussi des appels : celui d'un approfondissement futur, d'une meilleure collecte de données et d'une analyse encore plus fine des interactions entre genre, origine, classe sociale et entrepreneuriat. Les pistes de recherche proposées incluent l'étude des trajectoires transgénérationnelles.

Pour conclure, ce mémoire démontre que l'entrepreneuriat, s'il est un potentiel levier d'émancipation, peut aussi reproduire, voire amplifier certaines inégalités sociales persistantes. Les femmes issues de minorités ethniques à Bruxelles, le savent mieux que quiconque, elles entreprennent souvent pour exister, résister, pour créer leur propre espace dans un monde qui les marginalise. Leur engagement va au-delà d'un choix économique, mais d'un acte identitaire.

En les rendant visibles, en analysant leurs freins comme leurs forces, ce travail apporte une contribution à la réflexion sur la justice économique, la reconnaissance des parcours invisibilisés, et la transformation des dispositifs d'accompagnement. Il plaide pour un entrepreneuriat féministe, inclusif et contextualisé, capable de répondre aux réalités complexes des femmes les plus éloignées des normes dominantes. Car ce sont précisément ces femmes qui, souvent dans l'ombre, inventent chaque jour un entrepreneuriat plus humain, plus solidaire, et plus porteur d'avenir.

“Il est temps qu'on élargisse les représentations, qu'on laisse place à d'autres récits. Parce que la diversité ne devrait pas être une case à cocher, mais une richesse à écouter” *Propos d'une répondante du questionnaire quantitatif*

10. Bibliographie

Amnesty International France. (s. d.). *L'intersectionnalité, c'est quoi ?* Récupéré le 17 février 2025 de <https://www.amnesty.fr/focus/intersectionnalite-cest-quoi>

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

Aziz, M. (2023). Women's Double Burden in the Family Between Culture and Discrimination. *Potret Pemikiran*, 27(2), 227. <https://doi.org/10.30984/pp.v27i2.2782>

Bacha, E., Chasserio, S., Pilot, P., Poroli, C. et Lebègue, T. (2016). L'accompagnement des femmes entrepreneures : regards croisés. [Chapitre 1]. Dans *Écosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement* (pp. 29-57). Caen : EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.phili.2016.01.0029>

Barry, D. (2025, 5 mai). *Fondatrice de Karikemité*. [Entretien]. Ixelles.

Belattaf, M. et Nasroun, N. (2013). Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa. *Management & Sciences Sociales*, 14(1), 83-98. <https://doi.org/10.3917/mss.014.0083>

Belgian Entrepreneurs. (s.d). *Catalyseur d'opportunités*. Récupéré le 18 mars 2025 de <https://entrepreneurs.be/>

Bellanca, S. et Colot, O. (2014). Motivations et typologie d'entrepreneurs une étude empirique belge. *La Revue des Sciences de Gestion*, 266(2), 63-74. <https://doi.org/10.3917/rsg.266.0063>

Berry, M. et Deshayes, C. (2020). Un entrepreneuriat en quête d'impact. [Chapitre 4]. Dans *Les faces cachées de l'entrepreneuriat* (pp. 57-73). Caen : EMS Éditions. <https://doi.org/10.3917/ems.torre.2020.01.0057>

Bruneel, E. et Gomes Silva, T.-O. (2017). Paroles de femmes noires Circulations médiatiques et enjeux politiques. *Réseaux*, 201(1), 59-85. <https://doi.org/10.3917/res.201.0059>

Carles, I. (2011). Les discriminations multifactorielles fondées sur le genre et l'origine ethnique Les leçons du projet européen GendeRace. *Hommes & Migrations*, 1292(4), 48-56. <https://doi.org/10.4000/hommesmigrations.629>

Carsrud, A., & Brännback, M. (2010). Entrepreneurial Motivations : What Do We Still Need to Know ? *Journal Of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2010.00312.x>

Chasserio, S., Pailot, P. et Poroli, C. (2013). Les femmes entrepreneurs Une irrésistible ascension. [Chapitre 9]. Dans *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (pp. 173-190). Paris : Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.rniou.2013.01.0173>

Chasserio, S., Pailot, P. et Poroli, C. (2016). L'entrepreneuriat est-il genré ? *Regards croisés sur l'économie*, 19(2), 62-75. <https://doi.org/10.3917/rce.019.0062>

Commission européenne. (2007). *Rapport d'activité 2006*. Bruxelles : Commission européenne. Récupéré de <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/2130/attachments/1/translations/fr/renditions/native>

Constantinidis, C. (2014). Femmes entrepreneurs. [Chapitre 5]. Dans *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* (pp. 287-300). Paris : Presses de Sciences Po.
<https://doi.org/10.3917/scpo.chauv.2015.01.0287>

Coulaud, A. et Guidici, S. (2020). De l'enthousiasme du créateur à « l'ennui du gestionnaire » ? [Chapitre 1]. Dans *Les faces cachées de l'entrepreneuriat* (pp. 11-24). Caen : EMS Éditions.
<https://doi.org/10.3917/ems.torre.2020.01.0011>

Crenshaw, K. W. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–167. Récupéré de <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8/>

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

De Blignières, G. (2013). Préface. Dans *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (pp. 3-3). Paris : Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.rniou.2013.01.0003>

De Larminat, P. (2013). Entre « quantitatif » et « qualitatif ». Comment les investisseurs professionnels évaluent les gérants d'actifs financiers. *L'Année sociologique*, 63(1), 77-105.
<https://doi.org/10.3917/anso.131.0077>

De Smet, S., Maréchal, C. et Bonne, K. (2023). *Women entrepreneurs with diverse roots in Belgium*. Gand : Arteveldehogeschool. Récupéré de <https://www.shedidit.be/wp-content/uploads/2023/10/AHS-research-2023.pdf>

Dechamp, G. et Horvath, I. (2021). Logique artistique et logique d'entreprise : une équation paradoxale ? Cas de la Friche la Belle de Mai. [Chapitre 1]. Dans *L'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture : Comment concilier ambition créative et logique économique ?* (pp. 18-31). Caen : EMS Éditions.
<https://doi.org/10.3917/ems.horva.2021.01.0018>

Delmée, C. (2020). *Non-mixité choisie comme outil d'émancipation*. Récupéré le 10 mai 2025 de <https://www.federation-prisme.be/actualite/non-mixite-choisie-comme-outil-demancipation>

Direnberger, L. et El-Shikh, I. (2023). L'intersectionnalité comme outil réflexif et pratique politique. Trajectoires de politisation des Foulards violets. *Nouvelles Questions Féministes*, . 42(1), 65-84. <https://doi.org/10.3917/nqf.421.0065>

Eddleston, K. A., Ladge, J. J., & Sugiyama, K. (2020). 'Imposter syndrome' holds back entrepreneurial women. *Entrepreneur & Innovation Exchange*.
<https://doi.org/10.32617/438-5e4bda061a20d>

El Fatimi, O. (2024). *Femmes musulmanes à la conquête de l'entrepreneuriat : une conséquence de la stigmatisation du voile?* Récupéré le 23 mars 2025 de <https://www.irfam.org/femmes-musulmanes-a-la-conquete-de-lentrepreneuriat-une-consequence-de-la-stigmatisation-du-voile/>

Elafqih, B. et Messaoudi, A. (2024). « Recherches sur les Structures d'Accompagnement Entrepreneurial : de la Description à l'Évaluation », *African Scientific Journal*, 3(27), 1287 – 1307. Récupéré de <https://zenodo.org/records/14677439>

Enar. (2014). *Rapport alternatif d'Enar 2012-2013*. Bruxelles : Enar. Récupéré de https://www.enar-eu.org/wp-content/uploads/shadowreport_fr_final.pdf

Equal.brussels. (s. d.). *Racisme*. Récupéré le 14 mars 2025 de <https://equal.brussels/fr/theme/racisme/>

Fiorilli, T. (2024). *Comment Bruxelles est devenu cosmopolite ?* Récupéré le 26 février 2025 de <https://www.lesoir.be/598266/article/2024-06-29/comment-bruxelles-est-devenue-cosmopolite>

Fleury, L. (2016). Les sociologues et la culture. [Chapitre 1]. Dans *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles* (pp. 9-28). Paris : Armand Colin. Récupéré de <https://shs.cairn.info/sociologie-de-la-culture-et-des-pratiques-culturel--9782200613945-page-9?lang=fr>

Galer, L. (2019). La directive work-life balance. Ixelles : La ligue des familles. Récupéré de <https://liguedesfamilles.be/storage/18739/2019-07-01-directive-work-life-balance.pdf>

Geindre, S. (2013). Les réseaux clés de la compétitivité. [Chapitre 15]. Dans *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (pp. 287-303). Paris : Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.rniou.2013.01.0287>

Gérardin-Laverge, M. (2024). La mixité choisie : usages, enjeux et objectifs pour les luttes féministes. *Droit et société*, 116(1), 35-52. <https://doi.org/10.3917/drs1.116.0035>

Glidja, J. (2019). Les déterminants du succès de l'entrepreneuriat féminin au Bénin, le rôle modérateur de l'appui institutionnel : cas de la WBPC. *Management & Prospective*, 36(2), 39-59. <https://doi.org/10.3917/g2000.362.0039>

Global Entrepreneurship Monitor. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/24 Women's Entrepreneurship Report*. Londres : GEM. Récupéré de <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

Global Entrepreneurship Monitor. (2025). *Gem 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check*. London : GEM. Récupéré de <https://gemconsortium.org/report/gem-20242025-global-report-entrepreneurship-reality-check-4>

Haigoune, H. (2025, 25 mars). *Fondatrice de Girls Club*. [Entretien]. Mérode.

hub.brussels. (2023). *Baromètre de l'entrepreneuriat féminin 2023*. Bruxelles : hub.brussels. Récupéré de https://womeninbusiness.hub.brussels/content/uploads/2023/11/women-in-business-barometre-de-lentrepreneuriat-feminin-2023.pdf?utm_source=Presse&utm_medium=CP&utm_campaign=Barometre%202023&utm_content=FR

Hussein, I. (2025). *Breaking cultural expectations as a businesswoman*. Récupéré le 19 juin 2025 de <https://www.shedidit.be/fr/breaking-cultural-expectations-as-a-businesswoman/>

Janssen, F. et Surlemont, B. (2016). L'entrepreneuriat. [Chapitre 1]. Dans *Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat*. (pp.29-38). Belgique : De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.janss.2016.01.0029>

Karimi, H. (2020). Des musulmanes entrepreneuses en réseau en France Faire face aux discriminations multiples. *Travail, genre et sociétés*, 44(2), 107-123.
<https://doi.org/10.3917/tgs.044.0107>

Kasongo, P. (2025, 11 avril). *Fondatrice de Karikemité*. [Entretien]. Ixelles.

Lakhal, M. (2022). L'entrepreneuriat social : une dynamique socio-économique au service de la communauté. [Chapitre 3]. Dans *De l'entrepreneur à l'entrepreneuring : Vers une approche processuelle et critique* (pp. 72-92). Caen : EMS Éditions.
<https://doi.org/10.3917/ems.emin.2022.01.0072>

Lamine, S. (2006). "L'ethnicité comme question sociologique". *Archives de sciences sociales des religions*, 131-132. <https://doi.org/10.4000/assr.3078>

Le Dictionnaire. (s. d.). Définition Défi. *Le dictionnaire*. Récupéré de <https://www.le-dictionnaire.com/definition/d%C3%A9fi#:~:text=Un%20d%C3%A9fi%20est%20une%20C3%A9preuve,la%20pers%C3%A9e%20rance%20pour%20C3%A9tre%20relev%C3%A9>.

Lebègue, T. (2015). L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneuses Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 14(2), 109-138. <https://doi.org/10.3917/entre.142.0109>

Lebègue, T. et Constantinidis, C. (2016). L'entrepreneuriat féminin. [Chapitre 21]. Dans *Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat* (pp. 395-415). Belgique : De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.janss.2016.01.0395>

Léger-Jarniou, C. (2013). Introduction : Un état des lieux de l'entrepreneuriat. Dans *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (pp. 7-21). Paris : Dunod.
<https://doi.org/10.3917/dunod.rniou.2013.01.0007>

Liban-Dédolé, D. (2025, 21 avril). *Fondatrice de Deby's Delice*. [Entretien]. Rhode-Saint-Genèse.

Lirzin, F. (2013). *Les entrepreneurs, au cœur de la reprise économique en Europe*. Récupéré le 17 mars 2025 de <https://www.robert-schuman.eu/questions-d-europe/284-les-entrepreneurs-au-c%C5%93ur-de-la-reprise-economique-en-europe>

Michallet, B. (2017). *Qui est l'entrepreneur ?* Récupéré le 6 mars 2025 de <https://bsi-economics.org/qui-est-l-entrepreneur-bm/>

Mulowa, A. (2025, 3 avril). *Fondatrice du réseau Belgian Entrepreneurs*. [Entretien]. Etterbeek.

Muñoz, P., Cacciotti, G., et Cohen, B. (2018). The double-edged sword of purpose-driven behavior in sustainable venturing. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 149–178.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.12.005>

O'Shea, N., Redien-Collot, R. and Nelson, T. (2021). Adopting an Inclusive Gender Lens as An emancipatory Practice For entrepreneurship. *Entreprendre & Innover*, 49-50(2), 5-10.
<https://doi.org/10.3917/entin.049.0005>

OECD. (2020). *Entrepreneurship Policies through a Gender Lens*. Récupéré le 15 mars 2025 de www.oecd.org

OECD. (2023). *The missing entrepreneurs 2023*. Paris: OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/230efc78-en>

Ouali, N. et Cennicola, P. (2012). *Etude sur la discrimination en Belgique et en Wallonie : analyse des positions sur le marché du travail selon le genre et la nationalité*. Wallonie : IWEPS. <https://www.iweps.be/wp-content/uploads/2017/02/rr01.pdf>

Oxfam France. (2025). *L'intersectionnalité : être victime de discriminations multiples*. Récupéré le 13 mars 2025 de <https://www.oxfamfrance.org/inegalites-femmes-hommes/intersectionnalite-quand-les-discriminations-sentrecroisent/>

Pellerin, F. (2013). Préface. Dans *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (pp.1-2). Paris : Dunod.
<https://doi.org/10.3917/dunod.rniou.2013.01.0001>

Piva, E. et Rovelli, P. (2022). Mind the gender gap: the impact of university education on the entrepreneurial entry of female and male STEM graduates. *Small Business Economics* 59, 143–161. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00525-1>

Plateau, N. (2016). *Mixité et non-mixité avec Christine Delphy*. Récupéré le 3 mai 2025 de <https://www.revuepolitique.be/mixite-et-non-mixite-avec-christine-delphy/>

Réseau Diane. (2025). *Baromètre de l'entrepreneuriat féminin en Wallonie et à Bruxelles*. Bruxelles : Réseaux Diane. Récupéré de <https://www.reseaudiane.com/barometre-de-lentrepreneuriat-feminin-edition-2025/>

Richomme-Huet, K. & d'Andria, A. (2013). L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs. *Management international*, 17(3), 100–111.
<https://doi.org/10.7202/1018270ar>

Salumu Lengue, H. (2025, 21 avril). *Fondatrice de Uzi Hair Bar*. [Entretien]. Etterbeek.

Santoni, J. (2016). Spécificités, obstacles et levier potentiel de l'entrepreneuriat des femmes État des littératures francophone et anglophone. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 22(54), 207-228.
<https://doi.org/10.3917/rips1.054.0207>

Santoni, J. et 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*, 11(2), 81-113. <https://doi.org/10.3917/grh.142.0081>

Savanevičienė, A. et Stark, G. (2008). *How to cope with different and convergent business cultural values in Europe?* Cedefop. Récupéré de https://www.cedefop.europa.eu/files/etv/Upload/Information_resources/Bookshop/503/4_4_fr_Savaneviciene.pdf

#SheDIDIT. (s.d.). *Incubateur à impact pour les entrepreneures diverses*. Récupéré le 20 mai 2025 de <https://www.shedit.be/fr/>

Statbel. (2025). *Origine*. Récupéré le 10 mars 2025 de <https://statbel.fgov.be/fr/themes/population/structure-de-la-population/origine>

Statistique Canada. (2021). *Origine ethnique de la personne*. Récupéré le 27 avril 2025 de [Statistique Canada](#)

Sunzu, B. (2025, 17 avril). *Consultante en business et coach en stratégie commerciale, marketing digital et finance chez SheDIDIT*. [Entretien]. En ligne.

Taybi, C. (2025, 16 avril). *Fondatrice de kahwatea*. [Entretien]. Louvain-la-Neuve.

Toussaint, K. (2018). *Plafond de mère ou l'influence de la charge mentale domestique sur l'entrepreneuriat féminin*. (Mémoire de Master). ULiège, Liège. Récupéré de <https://matheo.uliege.be/handle/2268.2/5779>

Tremblay, M., Pelé, M., Dokou, G.-A.-K. et Gasse, Y. (2019). Introduction. Dans *Les entrepreneurs des générations X et Y* (pp. 9-11). Paris : Ellipses. Récupéré de

<https://shs.cairn.info/les-entrepreneurs-des-generations-x-et-y--9782340031272-page-9?lang=fr>

Université d'Angers. (2022). *Non-mixité / Mixité choisie ?* Récupéré le 10 mai 2025 de <https://moisdugenre.univ-angers.fr/2022/02/24/non-mixite-mixite-choisie/>

Vianin, P. (2007). Les définitions de la motivation. [Chapitre 2]. Dans *La motivation scolaire : Comment susciter le désir d'apprendre* (pp. 23-25). Belgique : De Boeck Supérieur. Récupéré de <https://shs.cairn.info/la-motivation-scolaire--9782804156138-page-23?lang=fr>