



MÉMOIRE
PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN GESTION DES ORGANISATIONS

PAR
AWA NDOYE

Entrepreneuriat des femmes noires au Québec : principales motivations

Mars 2024

RÉSUMÉ

Le nombre de femmes issues des communautés racisées au Québec est en constante croissance. En effet, selon Statistique Canada (2024), la population noire s'élevait à 1,5 million constituant ainsi 4,3 % de l'ensemble des habitants du pays et 16,1% des communautés noires. Étant en quête de plus de liberté, les femmes noires se lancent de plus en plus dans le secteur entrepreneurial afin de retrouver une certaine stabilité financière et sociale. Le domaine de l'entrepreneuriat représente un élément important dans le processus d'autonomisation financière des femmes à travers des expériences diverses et souvent complexes (Barrachina Fernández et al., 2021). En mettant l'accent sur l'égalité des genres et l'élimination des stéréotypes, l'autonomisation financière des femmes vise à créer un environnement où les femmes ont la confiance, le pouvoir d'exercer leur leadership et d'avoir leurs mots à dire dans les instances de prises de décisions (Ranabahu et Tanima, 2022).

L'entrepreneuriat des femmes noires au Québec constitue un phénomène en pleine croissance, et suscite de ce fait, des questionnements portant sur les motivations de ces dernières malgré les diverses expériences auxquelles elles sont confrontées.

En effet, à travers ce processus de recherche d'autonomie, elles font face à des expériences diverses, allant des opportunités aux contraintes liés aux barrières culturelles, linguistiques et financières, constituant une entrave à leur autonomie et leur capacité à participer pleinement à la société.

Dans l'objectif de mieux cerner les dynamiques qui s'articulent autour des démarches entrepreneuriales des femmes noires au Québec, nous allons grâce à une méthodologie qualitative, examiner en premier lieu l'environnement des affaires des femmes noires entrepreneures, puis en second lieu déterminer les facteurs internes et externes qui influencent leur décision entrepreneuriale.

Afin d'atteindre notre objectif de recherche, nous nous basons sur la littérature portant sur l'entrepreneuriat féminin ainsi que sur les théories de la motivation (Aylwin, 1982; Louart, 2002) et de la résilience (Michallet, 2009).

D'après les résultats de cette étude, les facteurs motivationnels des femmes noires dans le domaine de l'entrepreneuriat ne sont pas uniquement d'ordre financier mais englobent également des aspects personnels, sociaux et culturels assez importants.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Mme Salmata Ouedraogo qui n'a ménagé aucun effort pour m'accompagner et me conseiller durant tout le processus de rédaction du mémoire.

Je voudrais également exprimer ma profonde gratitude à mon père Mr Ousseynou Kombo et mon homonyme Awa Sall qui ont toujours été là durant toute mon enfance et se sont assurés que je ne manque de rien auprès d'eux.

Je ne remercierai jamais assez Maître Youssoupha Ndiaye, Salla bâ et Maître Ngoné Diop, mes chers frères et sœurs qui ont cru en moi et m'ont assisté dans mon projet d'étude.

Ce travail ne serait jamais arrivé là, si je n'avais pas eu l'aide de mes chers collègues Moustapha Farouk, Oumalher Ibrahim, Anniel et Adama Drame mon frère jumeau.

Et à Allah le tout puissant, celui à qui je dois tout, ALHAMDOULILAH YA RABB.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	ii
REMERCIEMENTS	iii
TABLE DES MATIÈRES	iv
LISTE DES TABLEAUX	vi
LISTE DES FIGURES	i
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 :	7
REVUE DE LA LITTÉRATURE	7
1.1 L'ENTREPRENEURIAT	7
1.1.1 L'entrepreneuriat au Québec	10
1.1.2 L'entrepreneuriat des femmes au Québec.....	13
1.1.3 Les femmes entrepreneures noires.....	15
1.2 MOTIVATIONS EN GENERAL	17
1.2.1 Motivations entrepreneuriales des femmes noires.....	18
1.2.2 Entrepreneuriat D'opportunité	22
1.2.3 Entrepreneuriat de nécessité.....	23
1.3 SECTEURS D'ACTIVITES DES FEMMES NOIRES	25
1.4 FREINS À L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES	26
1.5 FREINS À L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES NOIRES	27
1.5.1 Discrimination raciale	27
1.5.2 Accès au financement	28
1.5.3 Conciliation travail-famille	30
1.5.4 Programmes d'accompagnements non adapté.....	31
1.5.5 Réseaux communautaires.....	31
1.6 PRÉDISPOSITIONS GOUVERNEMENTALES	32
1.7 RÉSEAUX D'ENTREPRENEURS ETHNIQUES	34

CHAPITRE 2 :	37
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	37
2.1 Positionnement épistémologique	37
2.2 Technique D'approche	38
2.3 Méthode De Collecte De Données	39
2.4 Le certificat éthique	40
2.6 Échantillonnage	40
2.6 Instruments de collecte de données	42
2.7 Technique d'analyse des données	43
CHAPITRE 3 :	45
ANALYSE ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS	45
3.1 Profils des participantes	46
3.2 Motivations extrinsèques	49
3.3 Motivations intrinsèques	52
3.4 Mobilisation des ressources	58
CHAPITRE 4 :	63
SYNTHÈSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS	63
CONCLUSION	69
Bibliographie	72
ANNEXES	87
ANNEXE 1 : CERTIFICAT D'ÉTHIQUE	88
CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE	88
ANNEXE 2 : GUIDE D'ENTREVUE	89
ANNEXE 3 : IDENTIFICATION DES CODES DES ENTREVUES	93

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1:PROPORTION D'ENTREPRISES DETENUES MAJORITAIREMENT PAR DES FEMMES AU QUEBEC AU 4E TRIMESTRE DE 2022 ET 4E TRIMESTRE DE 2023	12
TABLEAU 2: THEORIES DE MASLOW, D'HERZBERG ET D'ALDERFER.....	21
TABLEAU 3:DONNEES PROFESSIONNELLES ET SOCIALES DES FEMMES ENTREPRENEURES NOIRES AU QUEBEC.....	47
TABLEAU 4 : DEFINITION DES ABREVIATIONS	48

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : MOTIVATIONS EXTRINSEQUES ET INTRINSEQUES DES FEMMES NOIRES
ENTREPRENEURES

LISTE DES ABRÉVIATIONS

PME : Petites et Moyennes Entreprises

IEQ : Indice Entrepreneurial Québécois

MDEIE : ministère de l'Économie de l'Innovation et des Exportations

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

RCSW: Royal Commission on the Status of Women

CACSW: Canadian Advisory Council on the Status of Women

SFE : Stratégie pour les Femmes en Entrepreneuriat

PCFE : Portail de Connaissances pour les Femmes en Entrepreneuriat

CERUQAC : comité d'éthique de la recherche de l'Université du Québec à Chicoutimi

INTRODUCTION

Bien que l'économie mondiale ait connue un ralentissement entre 2012 et 2014, l'activité entrepreneuriale des femmes au Canada a continué à progresser, enregistrant un taux d'accroissement de 7 % , d'après les statistiques du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Lebègue et Constantinidis, 2016). Depuis quelques années, on note une évolution dans le monde de l'entrepreneuriat féminin, moteur de croissance économique et d'une profonde transformation sociale (Yen, 2022). Selon une étude réalisée au Québec, Lee-Gosselin et Grisé (1990) ont indiqué que les femmes entrepreneures contribuent de manière significative à la stabilité des petites entreprises ainsi qu'à l'économie de la province. L'essor de l'entrepreneuriat féminin a suscité un engouement général, attirant l'attention des organisations de développement et des gouvernements, des économies en développement, mais aussi des chercheurs académiques (Chhabra et al., 2020). C'est dans ce sens, que la présence des femmes dans le monde des affaires, est désormais devenue une priorité pour les politiques publiques du Québec et du Canada (Paquin, 2021). L'intérêt accordé à l'entrepreneuriat gagnait de plus en plus du terrain, car en effet, selon Cisneros et al. (2020), les femmes entrepreneures ont accompli 4,2 fois plus de démarches envers les institutions bancaires en 2018 (7.6 %) qu'en 2009, afin de bénéficier d'un accompagnement dans leurs processus entrepreneuriaux. Faisant preuve d'une grande capacité décisionnelle et d'une indépendance financière, les femmes entrepreneures présentent des caractéristiques très importantes pour leur réussite dans le secteur entrepreneurial (Noor et al., 2021).

Habituellement, elles font face à de nombreux obstacles dans leurs parcours, souvent illustré comme un plafond de verre. Ce phénomène, qui est évoqué par l'hypothèse d'un « retard

historique », décrit le cas des femmes ayant eu tardivement accès à l'éducation et leur absence dans les sommets hiérarchiques professionnels et organisationnel (Laufer, 1997). Selon Carrington (2006, p. 95) : « depuis dix ans, les femmes entrepreneures ont fait l'objet de nombreuses études. Orientées pour la plupart vers l'accès des femmes aux capitaux, plusieurs de ces études ont montré les lacunes des femmes entrepreneures du point de vue de l'expérience et du réseautage, d'autres encore ont mis en évidence la médiocrité de leurs cotes de crédit, ou enfin la rigidité, voire le sexisme des politiques de prêt des institutions financières canadiennes ». Ces obstacles, quel que soit leur nature, ne sont pas sans conséquences sur l'évolution de ces entrepreneures.

En effet, les difficultés d'accès au financement posent un problème majeur au niveau de la performance et du taux de croissance des entreprises détenues par les femmes (Carter et Rosa, 1998; Marlow et Patton, 2005). Malgré ces défis, la motivation des femmes à atteindre une certaine autonomie financière devient de plus en plus récurrente. Bien que l'entrepreneuriat ait été perçu comme une activité typiquement masculine, la forte présence des femmes dans le domaine représente désormais un potentiel entrepreneurial important (Beddi et al., 2018; Venne, 2020a). Selon Dana et al. (2024), les femmes jouent des rôles significatifs dans le secteur entrepreneurial et apportent des contributions efficaces au développement économique de nombreux pays dans le monde. Ce qui est également le cas pour le Canada, qui compte un nombre croissant de femmes entrepreneures et plus particulièrement chez les femmes entrepreneures noires, dont la proportion a augmenté entre 2005 et 2018 jusqu'à 29,6 % (Statistiques Canada, 2023).

En effet selon Prosper (2024), la proportion de femmes noires créant leur entreprise, malgré certains obstacles limitant leur ascension professionnelle, a augmenté à un rythme accéléré au

Canada. Aux Etats unis par exemple, le taux de femmes entrepreneures noires a augmenté de 50% entre 2014 et 2019, représentant ainsi le taux de croissance le plus élevé parmi tous les groupes démographiques féminins, mais elles constituent également 42% des nouvelles entreprises créées par des femmes (Dure, 2021). Toutefois, il est nécessaire de savoir que : « la décision d'un individu de se lancer dans une aventure entrepreneuriale et de devenir entrepreneur, dépend de ses motivations » (Meghari Eps Benadda, 2024, p. 121).

En général, la motivation émerge du cheminement de l'individu, au cours duquel ce dernier ressent la volonté de combler certains besoins (Estay et al., 2011). De ce fait, bon nombre de raisons peuvent pousser une personne à se lancer en entrepreneuriat. Selon Sayarh (2023, p. 253), « la motivation se base sur les besoins, et par la suite sur les valeurs, les buts, les désirs, les intentions et les récompenses ». Ainsi, les motivations des femmes à entreprendre peuvent tourner autour de plusieurs dimensions. Une étude menée par Solesvik et al. (2019) a révélé que les femmes entreprennent souvent pour des besoins sociétaux ou communautaires qui ont tendance à exercer une forte influence sur leur motivation à créer une entreprise. Selon le Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2021) nombreux sont les facteurs de motivations derrière l'engagement des femmes noires dans l'entrepreneuriat, toutefois, 21.5% de ces femmes, se sont lancées dans ce secteur d'activité pour des raisons d'insatisfactions dans leur emploi occupé, et 40.9% d'entre elles ont dû faire face au chômage avant d'entreprendre. En effet, certaines d'entre elles se tournent vers l'entrepreneuriat en raison de circonstances défavorables, tels que l'insatisfaction au travail, le chômage ou les revers professionnels, qui paradoxalement stimulent un potentiel entrepreneurial jusqu'alors inexploité (Albert et Lazzari Dodeler, 2020). Certes, ce genre de défis constituent des éléments déclencheurs importants de démarches entrepreneuriales chez les femmes noires, par ailleurs, certaines parmi

elles, sont motivées par des aspirations personnelles, des décisions délibérées, des ambitions professionnelles bénéfiques, par la volonté d'autonomie ou encore l'ambition de diriger leur propre entreprise (Giacomin 1 et al., 2016).

Très peu exploré dans la littérature au Québec, l'entrepreneuriat des femmes noires s'explique par de nombreuses raisons qui présentent des caractéristiques particulières, et cela, à plusieurs niveaux (Lewis, 2023). Les femmes noires sont des groupes de personnes qui partagent les mêmes caractéristiques ethniques et qui expérimentent des réalités similaires au sein de la société (Hyppolite, 2012). Selon Corbeil et Marchand 1 (2006, p. 44) :« Pour ces «femmes de couleur», l'agenda féministe ne prend pas suffisamment en compte leurs conditions de vie ainsi que la spécificité de leur histoire liée notamment à l'esclavagisme et au colonialisme, leurs valeurs et leurs besoins ». Ce qui conduit à faire preuve de considération des facteurs motivationnels et à nous intéresser à leur processus d'intégration dans le marché québécois.

Les femmes noires sont confrontées à des défis beaucoup plus complexes que les femmes blanches, elles font face à des inégalités sociales qui limitent leur accès aux réseaux et aux opportunités économiques (Clément, 2022). D'après son étude sur des femmes entrepreneures noires, Scott (1994) a conclu que les principaux obstacles rencontrés par ces dernières, étaient le manque de financement, les responsabilités familiales et le manque de confiance occasionné par les barrières sociales. Les femmes et les personnes de couleur sont souvent assujetties à la discrimination, car selon la croyance des hommes blancs, ces dernières ne sont pas familières avec les techniques de gestion en entreprise (Cody, 2017), justifiant ainsi l'injustice sociale à laquelle elles sont confrontées. En conséquence, les femmes noires se

tourment vers le monde de l'entrepreneuriat afin de contourner les obstacles auxquels elles se heurtent (Grégoire-Gauthier, 2020).

Au-delà des données statistiques recueillies sur le nombre de femmes entrepreneures noires, ainsi que les revenus qu'elles génèrent, en général très peu d'études sont menées sur les éléments qui font leur réussite (Lewis, 2023). Il est important de rappeler que les études spécifiques sur l'entrepreneuriat des femmes noires au Québec sont quasi inexistantes, par conséquent, cette étude s'appuiera sur les recherches disponibles au Canada et aux États-Unis pour établir un cadre de référence et combler les lacunes sur le sujet. Cette recherche veut de ce fait, contribuer à la littérature portant sur les femmes entrepreneures noires au Québec en examinant les principales motivations qui les poussent à créer une entreprise. La question à laquelle cette recherche vise à répondre est la suivante : Quels sont les principaux facteurs motivationnels des femmes noires entrepreneures au Québec ?

L'objectif principal de ce mémoire est d'examiner les principaux facteurs qui poussent les femmes noires au Québec à se lancer en entrepreneuriat. L'idée est d'explorer de manière approfondie les facteurs les incitant à créer leur propre entreprise et démontrer ensuite que cette recherche apporte un regard nouveau, en étudiant spécifiquement l'intégration des femmes noires dans l'écosystème entrepreneurial québécois, contribuant ainsi à la littérature actuelle. Notre étude pourrait également accroître la visibilité de ces femmes entrepreneures au sein de la société, ainsi que leur apport économique et social. Afin de mieux comprendre la situation des femmes noires entrepreneures, nous avons adopté une méthodologie qualitative exploratoire, en procédant par des entretiens semi-directifs avec 12 femmes entrepreneures noires dans la région du Québec.

Cette étude est structurée en cinq chapitres distincts, apportant une contribution à notre compréhension de l'environnement entrepreneurial des femmes noires. Le premier chapitre porte sur la revue de littérature qui constitue le fondement de notre recherche et offre un aperçu global du contexte dans lequel s'inscrit la recherche. Ensuite, nous définirons le cadre méthodologique dans le chapitre 3 avant d'analyser les résultats et, enfin, évoquerons les limites et les éventuelles perspectives de recherche qui pourraient renforcer les initiatives de soutien aux femmes noires entrepreneures au Québec.

CHAPITRE 1 :

REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans ce chapitre, sera présentée la recension des écrits portant sur l'entrepreneuriat des femmes au Québec, des facteurs motivationnels, ainsi que des défis et opportunités rencontrés, ce qui va permettre de comprendre le contexte dans lequel s'inscrit cette étude portant sur l'entrepreneuriat des femmes noires dans la région du Québec, et fournira également une base empirique et théorique sur le sujet.

1.1 L'ENTREPRENEURIAT

Soulabail (2014) définit l'entrepreneuriat comme étant un large domaine caractérisé par divers secteurs d'activités et différentes réalités. D'après Verstraete (2001, p. 6) « l'entrepreneuriat ne peut être enfermé dans les limites d'une définition générique et équivoque », en d'autres termes, l'entrepreneuriat est un phénomène qui englobe de nombreuses dimensions et il est difficile voire même impossible de lui attribuer une seule définition. En effet, l'entrepreneuriat est « une mentalité, une attitude qui pousse un individu, seul ou associé, à démarrer une nouvelle affaire et à prendre les moyens pour réaliser un désir ou un rêve tout en assumant les risques de l'aventure » (Fortin, 1992, p. 1). Sous un autre registre, Verstraete (2001, p. 7) définit l'entrepreneuriat comme « un phénomène organisationnel conduisant à l'apparition de formes organisées à finalité socio-économique et nécessitant un pilotage pour arriver au futur désiré » Selon Moumene (2020), l'entrepreneuriat est en plein essor, et peut

être abordé sous quatre principaux paradigmes. Tout d'abord, il y a le « paradigme d'affaires » dont l'identification et l'exploitation des ressources et opportunités sont considérées comme étant des éléments cruciaux dans le parcours entrepreneurial, ensuite « le paradigme de la création de la valeur » qui met l'accent sur la création de richesses sociales et économiques. On peut également le définir sous le « paradigme de l'innovation » à travers lequel « l'entrepreneur est envisagé comme un acteur essentiel pour alimenter la croissance économique, et ce faisant contribuer au progrès social » Bon et Van Der Yeught (2018, p. 130), mais aussi sous « le paradigme de la création d'une entreprise » qui selon l'auteur est « principalement centré sur la relation liant l'entrepreneur et l'organisation créée » (Moumene, 2020, p. 393). De ce fait, l'état de l'art fait apparaître de nombreuses notions spécifiques à l'entrepreneuriat.

Toutefois, il est nécessaire de prendre en compte un aspect crucial du processus entrepreneurial : le risque. Selon Coster (2003), la prise de risque est une perception de l'entrepreneur qui peut être façonnée par deux éléments que sont : la compréhension que l'entrepreneur a du contexte socioéconomique dans lequel évolue son entreprise et les capacités de réussite de l'entrepreneur. C'est un élément essentiel auquel tout entrepreneur est confronté dans le processus de création d'entreprise (Vrontis et al., 2022), et peut être d'ordre financier, familial, ou encore psychique. Le risque caractérise les décisions où les probabilités des résultats à obtenir, sont généralement déjà connues (Aly et al., 2021). Toutefois, la prise de risque ne garantit pas le profit, et surtout pour les petites et moyennes entreprises, qui disposent généralement de peu de ressources suffisantes pour en gérer les conséquences (Aly et al., 2021).

Dans un système économique où prévalent les interactions commerciales, l'aptitude à entreprendre est perçue comme une ressource économique essentielle et représente un élément clé

du facteur humain en matière de production et de fournitures de services (Nodirovna et Hakim o'g'li, 2024). En effet, elle est essentielle pour stimuler l'innovation, créer de nouveaux produits et services, mais aussi favoriser la croissance économique. L'engouement croissant pour l'entrepreneuriat est alimenté par plusieurs facteurs, outre la conviction qu'il peut être un moteur de croissance économique, il constitue un remède contre le chômage (Ball, 2005). En outre, avec l'avènement des nouvelles technologies, « les pratiques entrepreneuriales évoluent et cela laisse sous-entendre qu'on ne les aborde pas aujourd'hui comme on le faisait auparavant » (Julien et Schmitt, 2008, p. 15). De nouvelles pratiques entrepreneuriales ont pris forme à l'ère de la mondialisation et présentent chacun des caractéristiques spécifiques, parmi lesquels, l'entrepreneuriat coopératif, qui est différent du fait de sa structure et ses objectifs opérationnels et se manifeste sous la forme d'un regroupement indépendant d'individus qui se rassemblent afin de satisfaire collectivement leurs désirs économiques, sociaux et culturels à travers une entreprise commune, gérée de manière démocratique (Driouch et Erraoui, 2020), ou encore l'entrepreneuriat innovant, qui constitue la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat, qui consiste en la création de nouveaux produits et services novateurs, permettant de booster l'économie (Ilyes et Ali, 2020).

Afin de mieux cerner l'entrepreneuriat, il est important de tenir en compte certains facteurs clés tels que : la position géographique, qui offre parfois des avantages comme la présence d'infrastructures ou encore un accès à une main d'œuvre qualifiée, d'où « l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation » (Belattaf et Nasroun, 2013, p. 14), les conditions environnementales qui sont de plus en plus intégrés dans les pratiques entrepreneuriales permettant de ce fait aux entrepreneurs de contribuer à la réduction de la pollution, en agissant en faveur de l'environnement (Yasir et al., 2022), mais il y a également

l'aspect socioculturel de l'entrepreneuriat qui d'après Davidsson et Wiklund (1997) peut avoir une influence sur les caractéristiques psychologiques, les valeurs et les attitudes envers l'activité entrepreneuriale de l'individu dans la société.

1.1.1 L'entrepreneuriat au Québec

D'après Beaucage et al. (2004), au cours des années 1980 et 1990, l'entrepreneuriat ainsi que les emplois à temps partiels constituaient la tendance et affichaient une forte croissance au Québec.

La culture entrepreneuriale québécoise encourage les entreprises à se concentrer sur l'innovation et l'intégration des valeurs environnementales au sein de la société. C'est à ce sujet que le gouvernement du Québec a demandé en 2004, la mise en place d'une stratégie québécoise visant à développer une culture entrepreneuriale chez les jeunes, d'un réseau québécois des écoles entrepreneuriales pour faire accroître la fibre entrepreneuriales chez les jeunes élèves, mais également l'octroiement de soutiens dans les écoles secondaires, aux élèves souhaitant créer leur propre entreprise (Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat, 2011). À cet effet, St-Jean (2024) souligne qu'en 2013, la proportion de jeunes entrepreneurs (14.7%) était plus élevé que chez les adultes (9.4%), et cela grâce aux politiques d'accompagnement du gouvernement. Ces stratégies ont été développées afin de mettre l'accent sur l'importance de l'entrepreneuriat dans la société québécoise et de faciliter l'accès aux ressources qui sont nécessaires pour les démarches de création d'entreprises.

Nombreux sont les facteurs qui sont à l'origine de ces créations d'entreprises et qui pourraient expliquer la raison pour laquelle beaucoup se lancent dans ce secteur très prometteur. Il est important de comprendre la motivation derrière le travail indépendant des entrepreneurs, en

raison des impacts de leurs entreprises sur leurs employés et sur eux-mêmes (Allen et Curington, 2014). Tout d'abord, l'entrepreneur se façonne une image de lui-même grâce à sa fréquentation, son identité, sa manière de voir les choses, et c'est à travers des rencontres familiales et ses expériences au travail qu'il trouve son modèle qui lui servira dans le démarrage ou dans la création de son entreprise (Pierre-André et Lachance, 2006). Selon Brenner et Fillion (2003, p. 2), « la création d'entreprise peut être due à deux grandes catégories de motifs : les motifs « positifs » (compétence d'affaires, opportunités, désir de créer une entreprise, etc.) et les motifs « négatifs » (discrimination sur le marché du travail, chômage, manque d'alternative attrayante, etc.) ». Au fur et à mesure, l'entrepreneuriat se transforme et connaît une mutation selon les besoins des individus. Ensuite, selon Fayolle (2010, p. 33), « l'entrepreneuriat change de nature en passant d'une vision réductrice et simpliste (la création d'entreprise) à une conception beaucoup plus sophistiquée et complexe ». Cette évolution de l'entrepreneuriat se reflète dans la distinction entre entrepreneuriat d'opportunité et de nécessité. La classification entre les entrepreneurs motivés par la nécessité, faute d'opportunités d'emploi et ceux orientés par les opportunités, choisissant délibérément certaines occasions pour entreprendre, devient de plus en plus récurrente (Kariv, 2011). Cette approche facilite la compréhension des facteurs motivationnels qui animent les acteurs de la société, et offre un cadre plus diversifié pour analyser les différents types d'entrepreneuriat, et elle a pris une importance particulière lors de la pandémie.

En 2021, période pendant laquelle la crise de la COVID 19 constituait un frein majeur dans les différents secteurs d'activités économiques, on note une baisse du taux d'intention d'entreprendre de plus de 5 %, (Marchand, 2021), plus particulièrement chez les femmes entrepreneures au Québec et cela jusqu'en 2023, comme illustré dans le tableau de

l'évolution de la proportion d'entreprises détenues par les femmes au 4^e trimestre de 2022 et de 2023.

Tableau 1: Proportion d'entreprises détenues majoritairement par des femmes au Québec au 4^e trimestre de 2022 et 4^e trimestre de 2023

Femmes	Pourcentage (%)
4 ^e trimestre 2022	18.3 %
4 ^e trimestre 2023	17.8%

Source : Statistique Québec (2024)

Le taux de femmes propriétaires d'entreprises au 4^e trimestre de 2022 était de 18.3% et a connu une baisse au 4^e trimestre de 2023 en passant à 17.8%. Cette baisse peut être expliquée par plusieurs facteurs, notamment le ralentissement du taux d'intention entrepreneurial après la période du covid 19 comme mentionné plus haut. La crise sanitaire qui a été un élément déclencheur d'énormes perturbations dans le secteur économique mondial, a contraint plusieurs entreprises à procéder à une cessation de leurs activités et a poussé de nombreux individus au chômage (Kalogiannidis, 2020). Cependant, si cette crise a été source de faillite pour certains (Saadi et al., 2023), elle sera une occasion pour d'autres de répondre aux besoins créés par la pandémie et de saisir une opportunité (Abate, 2021). C'est le cas des personnes issues de l'immigration, qui demeurent depuis 2021 la population dont le taux d'intention et les démarches entrepreneuriales restent plus élevés

que ceux nés au Canada « (Intentions : 25,7 % contre 13,3 % pour les personnes natives ; démarches : respectivement 12,2 % et 6,4 %) » (Marchand, 2021).

1.1.2 L'entrepreneuriat des femmes au Québec

L'entrepreneuriat au Québec a été le sujet de beaucoup d'études notamment de celui de l'Indice entrepreneurial québécois qui témoigne du dynamisme des entrepreneurs québécois et québécoises (Dargis, 2021). La majeure partie des entreprises appartenaient aux hommes, toutefois au fil des années, on a noté une hausse du taux de démarrage des entreprises par les femmes, passant de 11.8% à 14.03% de 2017 à 2018 (Venne, 2020a) et celui de femmes propriétaires est passé de 10% à 17%. Pour soutenir cette dynamique et stimuler l'entrepreneuriat féminin, le gouvernement fédéral canadien a accordé plus de 79 millions de dollars à plus d'une cinquantaine de projets au Canada, une aide qui a également bénéficié aux femmes entrepreneures au Québec (Venne, 2020b). Bien qu'en 2021 le taux des femmes entrepreneures ait connu une baisse de 19.5%, on constate néanmoins que les individus en âge de créer leurs entreprises ont pu concrétiser leurs ambitions entrepreneuriales au Québec (Ministère de l'Économie de l'Innovation et de l'Énergie, 2022). Une tendance soulignant l'évolution de l'entrepreneuriat québécois malgré les perturbations occasionnées par la pandémie. Au Québec l'entrepreneuriat des femmes connaît une expansion constante, surtout chez les femmes qui représentent 40% des entrepreneurs (Mitis en Affaires, 2022). Elles évoluent dans de nombreux domaines, apportant ainsi leur expertise et mettant en valeur leur savoir-faire. En effet, on remarque la forte présence des femmes, pour ne pas dire une surreprésentation, dans le secteur du commerce de détail, que cela se fasse dans un magasin ou en ligne, dans le secteur touristique, ainsi que dans les entreprises sociales (Cukier et Hassannezhad Chavoushi, 2020). Néanmoins, « les indices annuels du réseau ont illustré que

les femmes affichent un peu moins de confiance dans leurs capacités que les hommes, craignent davantage les risques et portent davantage le poids des responsabilités familiales » (Venne, 2020a, p. 57). En effet, les stéréotypes liés au genre et les rôles traditionnels assignés aux femmes, rendent la conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle difficile (Grégoire-Gauthier, 2020), et c'est l'une des raisons qui justifie la prédominance masculine dans le secteur entrepreneurial. D'après Brière et al. (2017, p. 91), « le soutien octroyé aux femmes par les organisations reste fidèle aux connaissances traditionnelles », puis il ajoute que c'est la raison pour laquelle « le contexte et les besoins des femmes demeurent ainsi sous-estimés ». Ce manque de considération des besoins des femmes, met davantage l'accent sur les inégalités liées au manque de ressources et va ainsi créer un environnement où les aspirations et les initiatives des femmes seront limitées. Cette situation affecte particulièrement le secteur entrepreneurial et va accentuer les obstacles financiers de ces dernières.

En réalité, « les difficultés de financement demeurent névralgiques » (Venne, 2020b, p. 81), et certains auteurs reconnaissent l'existence de pratiques discriminatoires lorsque les femmes font appel à des financements et se voient obtenir des prêts moins avantageux. Selon Weeks (2001), étant un élément clé en entrepreneuriat, l'obtention d'un financement peut s'avérer difficile pour les femmes entrepreneures car plusieurs d'entre elles n'ont pas reçu de formation en gestion financière, ce qui complique davantage leur accès aux ressources. L'accès au soutien financier demeure un problème pour les femmes entrepreneures, car vers la fin de l'année 2021, les entreprises dont les femmes étaient propriétaires affichaient un taux de financement assez bas par rapport à la moyenne (Zogning, 2022).

En somme, l'écosystème entrepreneurial au Québec connaît une émergence significative d'abord marquée par la croissance du nombre de femmes entrepreneures, malgré certaines

perturbations, mais également par des initiatives de soutiens mis en place pour les femmes entrepreneures. Ces soutiens, ainsi que la détermination croissante des femmes à entreprendre, pourraient de ce fait constituer un avenir prometteur au sein de l'écosystème entrepreneurial.

1.1.3 Les femmes entrepreneures noires

L'écosystème entrepreneurial québécois est en perpétuelle transformation et intègre de manière progressive la diversité ethnoculturelle au sein de sa sphère. Cela est due à la mondialisation, à l'avancée de la technologie et les interactions entre les différentes cultures au-delà des frontières qui sont devenus de plus en plus fréquents (Yamamura et Lassalle, 2021). À cet égard, la présence d'une diversité d'entrepreneures sur le territoire québécois, ainsi que les échanges de cultures enrichissent la société. Cette diversification sociétale crée plus d'opportunités pour les entrepreneurs et permet également de proposer plus de produits et de services diversifiés (Yamamura et Lassalle, 2021). En effet, sur les 35 % des Canadiens noirs entrepreneurs, 29,5 % sont des femmes propriétaires d'entreprises (Wendy et al., 2022), opérant dans différents secteurs. La situation géographique du Québec ainsi que la particularité de la langue française créent un environnement facile à intégrer et constituant de ce fait l'une des raisons pour lesquelles certaines femmes noires rejoignent la province (Namululi et al., 2018). Selon le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (2023), les femmes noires jouent un rôle crucial dans la croissance de l'entrepreneuriat en créant des opportunités et des innovations pour les générations actuelles et futures. De plus, selon Wendy et al. (2022, p. 27), « les femmes noires entrepreneures noires comptent parmi les entrepreneures les plus qualifiées, éduquées et compétentes sur le marché canadien ».

Cependant, il serait difficile de fournir des chiffres sur l'impact de leur activité dans l'économie ou la société au Québec car elles appartiennent au groupe de femmes entrepreneures issues de la minorité qui font face à un double désavantage en terme de représentations dans la recherche académique (Menzies et al., 2003). En effet, selon Knight (2016), classifier les entrepreneures noires au Canada serait une tâche ardue car il existe considérablement peu de recherches à ce sujet, de plus l'absence de statistiques laisse de nombreuses questions sans réponses. Toutefois, il est important de noter que ces femmes sont descendantes du continent africain qui a toujours été un continent avec une longue tradition de femmes entrepreneures (Ojong et al., 2021). Étant des acteurs clés dans l'économie africaine, elles ont toujours été nombreuses à entreprendre afin d'acquérir une certaine autonomie (Fall et Jacquemot, 2023). De ce fait l'entrepreneuriat devient une alternative aux problèmes raciaux, ethniques et de genre pour celles qui font face au manque d'opportunité sur le marché du travail (da Silva Oliveira et al., 2023). En effet, bon nombre d'entre elles sont poussées à entreprendre à cause de certaines restructurations et des réductions d'effectifs qui ont érodé la disponibilité d'emplois sur le marché du travail, tandis que d'autres affirment qu'elles se sont lancées en entrepreneuriat car elles sont motivées par une quête d'équilibre entre leur vie professionnelle et la vie privée, pour acquérir une indépendance financière (Kariv, 2011).

Toutefois, selon Knight (2016), le succès des femmes entrepreneures dépend de questions clés, notamment le soutien financier (pratiques de prêt) ; l'accès aux avantages sociaux [...]; opportunités de mentorat ; garde d'enfants/famille ; l'écart salarial entre hommes et femmes ; et le soutien et la formation technologiques, des facteurs clés qui ne sont pas forcément à la

portée des femmes noires entrepreneures et qui pourraient avoir un impact sur leur motivation.

1.2 MOTIVATIONS EN GENERAL

La motivation est l'orientation du comportement de l'individu ou encore un ensemble de forces qui agit derrière les motifs (Vinoy Vincent et Kumar, 2019). Elle est souvent définie comme s'inscrivant dans deux catégories : « push » (pousser) et « pull » (tirer) (Bouhadjeb et Lachachi Tabet, 2022). Selon les propos de Lévy-Leboyer (2006, p. 10), « la motivation n'est pas un état stable, mais un processus, toujours remis en question ». Elle fait référence aux forces internes et externes qui poussent une personne à adopter un comportement spécifique vers un but Louart (2002). Ainsi, l'apparition des besoins génère le désir de les combler, entraînant des actions concrètes. Toutefois, selon Fenouillet (2023), il faut également tenir compte que la motivation peut être une cause ou un facteur qui peut déclencher un acte, mais n'est pas souvent la cause de toutes les conséquences qui vont en découler. De ce fait, les résultats de ces actions sont considérés comme des récompenses si elles sont bénéfiques et sont cependant considérés comme une sanction en cas d'échec (Louart, 2002).

Les facteurs de motivations « opportunité » sont considérés comme des facteurs positifs, attirant l'individu dans le domaine de l'entrepreneuriat, pour ainsi créer des nouvelles entreprises (Raimi et al., 2023). En revanche, les facteurs de motivations « nécessité » sont celles qui sont généralement perçues comme étant négatives, car ils présentent un caractère qui obligent à se lancer en entrepreneuriat par nécessité (Raimi et al., 2023). Cependant, force est reconnaitre que « l'indépendance de la prise de décisions constitue le principal attrait de l'entrepreneuriat, suivi par la satisfaction personnelle » (Marchand et al., 2015, p. 20). À l'ère

actuelle marquée par la libéralisation des marchés, la privatisation et la mondialisation, conjuguée à une révolution numérique fulgurante, d'importantes transformations politiques et économiques se produisent à l'échelle mondiale avec la transition d'économies planifiées vers des économies de marché, offrant ainsi de nouvelles perspectives aux femmes désireuses de se lancer en entrepreneuriat (Matharu et al., 2016). Tandis que plusieurs études avancent que l'attrait pour l'entrepreneuriat chez les femmes découle de la quête d'autonomie financière, d'autres études suggèrent que c'est le manque de perspectives professionnelles dans d'autres secteurs qui les a incitées à entreprendre (Vardhan et al., 2020).

Il est néanmoins nécessaire de comprendre les types de motivations profondes qui animent ces femmes à entreprendre dans ce contexte en mutation.

1.2.1 Motivations entrepreneuriales des femmes noires

Outre l'aspect économique, l'entrepreneuriat est un moyen pour les femmes noires de contester les stéréotypes et de former une communauté socialement consciente au Canada (Knight, 2012). En général, elles entreprennent dans des secteurs créatives et artistiques, à travers lesquels elles visent à apporter un changement social, mais également une promotion de la diversité et de la culture (Knight, 2012). Pour démarrer une entreprise, il est nécessaire pour ces femmes de détenir les fonds suffisants afin de mettre en place leur stratégie de commerce. De ce fait, l'accès au capital devient un élément indispensable dans la procédure de démarrage d'entreprise. À cet effet, les procédures de prêt de capital uniques créées au sein des communautés afrodescendantes, pourraient agir comme un facteur de motivation à l'entrepreneuriat, tout en leur permettant de subvenir aux besoins de leur entreprise de manière plus facile (Masurel et al., 2002). Faisant partie des minorités ethniques, les femmes noires sont également motivées par le désir de servir leur communauté, à travers les relations

et réseaux créés au sein de leurs collectivités (Gomez et al., 2015), qui leur permettent de maintenir des liens et de mettre en valeur leur culture. Certaines femmes noires sont poussées à entreprendre car le secteur entrepreneurial constituait le meilleur moyen de remettre en question les normes sociales attribuées à la femme dans les sociétés, de la sexualité et de la famille. Pour de nombreuses femmes, être noire est un symbole d'unité et de fierté, une des raisons pour lesquelles elles ont créées l'association des femmes noires au Canada (Knight, 2012), dans le but de se faire valoir et de se soutenir. L'une des raisons les plus connues, qui les poussent à entreprendre, est le chômage. Ce dernier constitue une entrave majeure, mais aussi un facteur motivationnel face aux difficultés d'intégration dans le marché du travail (Masurel et al., 2002).

Certaines femmes ont parlé de leurs espaces d'affaires comme leur permettant de devenir des voix d'autorité, de mentorer les jeunes, de s'exprimer, de s'unir contre les injustices, et de soutenir financièrement d'autres entreprises (Knight, 2012). En effet, en plus d'avoir ce sentiment d'indépendance, les femmes noires entreprennent car cela leur permet de se construire une identité professionnelle basée sur le respect et la dignité (Rogers, 2022).

L'entrepreneuriat des femmes noires joue plus qu'un rôle économique au sein de la société québécoise. Malgré les défis persistants, les activités entrepreneuriales de ces femmes constituent un moyen puissant de changement social et de préservation culturelle. En fait, « si la motivation cherche à établir la cause du comportement, c'est avant tout pour rendre compréhensible la nature de ce mouvement qui le dynamise » (Fenouillet, 2023). En effet, selon Aylwin (1982), le besoin le plus fondamental de l'être humain est le sens donné à son existence, à ses souffrances et à son bonheur. En conséquence, ces préoccupations de l'être

humain à satisfaire certains besoins ont conduit Abraham Maslow à proposer cinq (5) catégories de besoins nécessaires à l'homme :

- Physiologiques ;
- Sécurité ;
- D'appartenance ;
- D'estime ;
- D'accomplissement de soi.

Ces besoins cités-ci-dessus, constituent les raisons fondamentales, pour lesquelles les femmes noires sont animées d'un désir de travailler, d'évoluer et surtout d'améliorer leur productivité dans la société. Toutefois, il est important de comprendre la nature complexe de la motivation car d'après Maslow (2021), les actes résultants de la motivation, émanent de multiples besoins qui sont interconnectés et ne doivent pas tout le temps être considérés comme de simples réponses aux besoins.

Tableau 2: Théories de Maslow, d'Herzberg et d'Alderfer

Maslow	Alderfer	Herzberg
<i>Actualisation de soi</i> <i>Estime de soi</i>	<i>Besoins de Croissance</i>	<i>Facteurs De motivations</i>
<i>Besoins sociaux et d'appartenance</i>		
<i>Besoins de sécurité</i> <i>Besoins physiologiques</i>	<i>Besoins de Sociabilité</i>	<i>Facteurs D'hygiène</i>
	<i>Besoins D'existence</i>	

Source : inspiré de Louart (2002)

La motivation des femmes noires à vouloir entreprendre peut émaner de plusieurs facteurs qui sont représentés dans le tableau ci-dessus. Tout d'abord, Herzberg en accord avec la théorie de Maslow, propose les facteurs d'hygiène et les facteurs de motivations, qu'il considère comme ayant un impact sur l'attitude et la performance des employés au sein d'une organisation (Jebari et al., 2023b). Toutefois, nous allons nous concentrer davantage sur Maslow et Alderfer qui proposent une hiérarchisation des besoins que les individus veulent satisfaire afin d'atteindre une certaine satisfaction. Ce qui peut être le cas des femmes noires entrepreneures au Québec. En effet, celles-ci pourraient être animées par l'envie d'acquiescer un seuil de sécurité financière, d'avoir un sentiment d'accomplissement personnel, ou même

encore un besoin d'appartenance à la communauté. La hiérarchisation des besoins va de ce fait permettre de comprendre les facteurs motivationnels à chaque stade du parcours des femmes entrepreneures.

Selon Maslow, les individus classifient les besoins selon leur ordre de priorité, et de ce fait la satisfaction d'un besoin entrainera l'émergence d'un autre (Allam et al., 2024). Celle d'Alderfer, qui est bien plus simplifiée, met en exergue les besoins existentiels comme le bien-être par exemple, les besoins relationnels ou de sociabilité pour souligner l'importance de tisser des relations dans la société, et enfin les besoins de développement ou de croissance qui consistent au développement du potentiel de l'individu à travers la progression et l'atteinte d'objectifs (Allam et al., 2024). Étant quasi similaire à la théorie de Maslow de par la hiérarchisation des besoins, la théorie d'Alderfer contrairement à celle de Maslow, propose que les individus puissent être motivés par plusieurs besoins simultanément (Jebari et al., 2023a). Ce qui peut être pertinent pour le cas des femmes noires entrepreneures au Québec, qui peuvent être motivées par le besoin de sécurité financière, de croissance et d'appartenance à la communauté québécoise.

1.2.2 Entrepreneuriat D'opportunité

Tout d'abord, l'opportunité ne provient pas d'une idée précise du dirigeant ou du créateur, d'un « flash » isolable dans le temps, mais plutôt d'un processus allant de l'identification externe d'opportunités, à l'appropriation de la récompense entrepreneuriale (Degeorge et Messeghem, 2016; Mishra et Zachary, 2015). De ce fait, l'entrepreneur va procéder à une démarche qui va lui permettre d'orienter ses futures actions, à travers lesquelles il va adapter sa stratégie entrepreneuriale à l'environnement dans lequel il souhaite évoluer (Schmitt et al., 2015), avant de pouvoir concrétiser son projet entrepreneurial. L'entrepreneuriat

d'opportunité résulte d'une auto motivation (McMullen et al., 2008) et comme l'ont souligné Carree et Dejardin (2020), les entrepreneurs auront tendance à entrer sur le marché lorsqu'il y aura un profit à réaliser. Toutefois, il faut souligner que dans la plupart des cas, les entrepreneurs d'opportunité disposent encore d'autres alternatives d'emploi, certaines étant moins risquées ou plus stables que l'entrepreneuriat (Kariv, 2011).

Selon Knight (2012) les femmes noires entreprennent souvent dans les domaines créatifs, artistiques et autres industries qui correspondent aux besoins du marché, associant pour la plupart du temps leurs activités commerciales à un programme social et politique progressiste.

Cependant, les recherches qui portent sur elles évoquent plutôt l'expérience des femmes de couleur pauvres ou de la classe ouvrière (Cody, 2017), soulignant ainsi le manque de recherches sur les femmes noires entrepreneures ainsi que leurs compétences.

1.2.3 Entrepreneuriat de nécessité

Contrairement à l'entrepreneuriat d'opportunité, l'entrepreneuriat de nécessité est considéré par d'autres auteurs comme un facteur de discrimination ou de manque d'opportunités (Knight, 2016). En effet, en raison de manque d'emploi ou de revenus insuffisants, les entrepreneures par nécessité procèdent non par choix, mais plutôt par obligation. D'après Kariv (2011), les chercheurs expliquent souvent que l'entrepreneuriat motivé par la nécessité est souvent associé à un niveau inférieur de réussite commerciale et bien évidemment à un taux d'échec d'entreprise plus élevé qu'une orientation axée sur l'entrepreneuriat motivée par l'opportunité. Certaines entrepreneures sont motivées par des facteurs extrinsèques et les aléas de la vie professionnelle ou personnelle, tels que des périodes prolongées de chômage, des licenciements, ou encore des raisons familiales (A. Nakara et Fayolle, 2012). En outre,

elles présentent certains traits de caractéristiques singuliers tels que le manque de confiance en soi en raison d'une situation économique défavorable, ou un niveau d'éducation et de formation moins élevé que leurs homologues entrepreneurs, représentant ainsi un défi supplémentaire (Albert et Lazzari Dodeler, 2020). Lorsqu'on regarde de plus près, ces décisions entrepreneuriales sont fortement influencées par le contexte social dans lequel elles évoluent (Grégoire-Gauthier, 2020). Certains chercheurs affirment en effet, que plusieurs d'entre elles ont été poussées à entreprendre par contrainte, ou encore par des circonstances motivées par la nécessité (Kariv, 2011). Dans la plupart des recherches qui ont été menées sur les motivations entrepreneuriales des femmes noires, très peu de résultats, ont prouvé que celles-ci disposent d'alternatives d'emploi afin de leur donner le choix entre travailler au sein des entreprises québécoises, et entreprendre. Elles sont malheureusement souvent assujetties à « des embûches systémiques et individuelles » (Venne, 2020a, p. 57), en plus des freins auxquels les femmes en général, peu importe leur appartenance ethnique, rencontrent dans le milieu professionnel. En réalité, les immigrants, réfugiés, femmes et minorités ethniques issus de milieux défavorisés font face à un déficit criant en termes de capital financier, social et humain, de compétences et de connaissances, les plaçant malheureusement dans une énorme situation désavantageuse lorsqu'il s'agit de concourir à l'emploi sur les marchés du travail tant dans leur pays de provenance que dans leur pays d'accueil (Raimi et al., 2023).

Face à ces inégalités structurelles, la notion de résilience apparaît comme un concept clé qui permet de comprendre la capacité des femmes noires entrepreneures à surmonter les obstacles. En effet, d'après Dauphiné et Provitolo (2007, p. 117), « la résilience gomme en partie l'opposition entre la nature et le social, car tous les systèmes naturels et toutes les sociétés humaines subissent des perturbations, des chocs et sont plus ou moins résilients face

à ces perturbations ». Ayant trouvé son origine dans le domaine physique des matériaux, le terme résilience décrit tout d'abord la capacité d'un matériau à retrouver sa forme originale après avoir été soumis à une contrainte, puis il a été adopté en psychologie grâce aux recherches d'Emmy Werner à travers ses premières études en 1971 (Bernard et Dubard Barbosa, 2016). Néanmoins, d'après Bernard et Barbosa (2016) la dynamique de résilience joue certes un rôle significatif dans le processus entrepreneurial, toutefois la décision d'entreprendre émanera de multiples facteurs.

1.3 SECTEURS D'ACTIVITES DES FEMMES NOIRES

Les femmes noires au Canada travaillent souvent à distance, en effet près de 80 % d'entre elles sont présentes en ligne, et détiennent des entreprises de petites tailles dont la majorité d'entre elles ne comptent aucun employé (Women Entrepreneurship Knowledge Hub, 2021). Elles sont souvent propriétaires de petites ou moyennes entreprises, et ont tendance à évoluer dans les secteurs économiques tels que les salons de coiffure ou la restauration, des secteurs caractérisés par de faibles coûts d'entrée, des niveaux élevés de concurrence, et surtout par la forte dépendance au marché co-ethnique (Phizacklea et Ram, 1995; Rogers, 2022). Selon Rogers (2022), en général, les femmes noires créaient des entreprises pour répondre aux besoins de la communauté noire, mais aussi pour combattre la discrimination faite à la population noire jusque dans la création de services uniquement axés sur les besoins des communautés blanches. D'après les entretiens de Fimbry (2011), effectués avec des femmes entrepreneures noires, on s'aperçoit, après lecture de leur trajectoire en tant que femmes racisées entrepreneures, qu'elles partagent toutes des points en commun en terme d'obstacle dans la société, et c'est ce qui les amènent à créer leurs propres marques de cosmétiques, leur entreprise d'économie sociale, ou encore des produits naturels pour les cheveux destinés aux

femmes noires « Afro ». En effet, « habituées à ce que les produits existants ne correspondent pas à leurs attentes, et/ou les discriminent, ces entrepreneures fondent leurs projets d'entrepreneurs sur leur besoin non pourvu » (Clément, 2022, p. 8). Ainsi, la création de leur propre entreprise pour la plupart, dépend du contexte social et vise souvent la communauté qui leur appartient car les femmes de couleur ont souvent été affectées de manière disproportionnée par les injustices sociales et économiques, résultant de formes structurelles de pouvoir (Knight, 2016).

1.4 FREINS À L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES

Bien que les données sur les femmes entrepreneures noires au Québec soient limitées, on s'appuie sur les données statistiques du Canada en général pour avoir un aperçu de la situation des femmes noires entrepreneures au Québec. En effet, seulement 16% des petites et moyennes entreprises opérant au Canada appartiennent à des femmes, qui selon le gouvernement Canadien, jouent un rôle déterminant dans la société canadienne, en participant au bien-être social et économique du pays, mais surtout en renforçant la classe moyenne (Nodirovna, 2023). Toutefois, les difficultés qu'elles rencontrent dans le système entrepreneurial pourraient entraîner des répercussions sur leurs activités. En effet, d'après Farvardin (2021), les principaux freins au succès entrepreneurial des femmes sont l'accès au financement, qui empêche le développement des affaires des entrepreneures; le manque de réseaux ou de mentorat, qui jouent un rôle important dans les affaires, car cela leur facilite l'accès au financement et un équilibre entre le travail et la vie personnelle. L'acquisition d'un financement en entrepreneuriat est difficile pour ceux qui veulent se lancer, mais elle est considérée comme une tâche encore plus chronophage pour les femmes au Canada (Nodirovna, 2023). Outre ces facteurs, il y a également la peur de l'échec, les restrictions

socioculturelles, et l'inefficacité des institutions étatiques (Nodirovna, 2023). D'autre part, près de trois quart des naissances ont lieu lorsqu'elles sont dans leur vingtaine, ce qui renforce encore plus les difficultés, causant de ce fait une baisse du taux d'intention entrepreneurial (Farvardin, 2021).

Ces obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures sont moins complexes, contrairement à celles des femmes noires qui, en plus de rencontrer les mêmes difficultés que les autres femmes en général, elles font face à des défis encore plus prononcés et propres à elles.

1.5 FREINS À L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES NOIRES

Malgré l'établissement de plusieurs lois et chartes prônant l'égalité, les inégalités subsistent encore dans les sociétés (Le Capitaine, 2022). Les soutiens financiers établis dans le cadre de l'entrepreneuriat des femmes n'est pas souvent accessible à toutes. Il faut reconnaître que certaines communautés, dont les noires au Canada, sentent l'exclusion économique à laquelle elles sont exposées. Et cela à travers des barrières spécifiques qui soulignent la nécessité de fournir des efforts pour les combattre (NG et al., 2021). De ce fait, cette partie de l'étude consiste à aborder les freins à l'entrepreneuriat des femmes noires.

1.5.1 Discrimination raciale

Le racisme envers la communauté noire a longtemps perduré au Canada, réduisant les femmes noires à effectuer des tâches domestiques, tout en assurant qu'elles n'aient point d'accès à des postes de responsabilités. Les politiques d'immigrations canadiennes au XXe siècle étaient racistes et reléguait les populations de race noire au troisième rang, afin

qu'elles ne puissent être un fardeau pour l'État (Knight, 2016). En 2017, le taux de chômage chez les femmes noires s'élevait à un taux de 11% dans tout le Canada, un taux plus élevé que celui de la moyenne nationale (Pierre et Bosset, 2020).

La discrimination raciale dans le secteur professionnel, est l'un des éléments majeurs qui déclenchent les motivations entrepreneuriales des femmes noires au Québec. Leur statut de femme, associé à leur identité raciale et parfois à une qualification moindre, les expose à des discriminations qui les excluent du secteur de l'emploi et réduisent leurs opportunités économiques (Clément, 2022). En effet, « Les limitations induites par le système patriarcal incluent également la division du travail selon le sexe, ce qui signifie pour les femmes que leurs tâches quotidiennes sont doublées et même triplées » (Brière et al., 2017, p. 83). Les barrières dans le secteur entrepreneurial doublent de volume lorsqu'il s'agit des femmes noires et complexifient leur parcours, impactant leur santé mentale, financière et sociale et ce sont ces barrières entravant leur bien-être social et économique qui les conduit à se tourner vers des espaces leur procurant un sentiment de sécurité, tels que les églises, salons de coiffure ou encore les cuisines communautaires (Thomas, 2023).

1.5.2 Accès au financement

Les femmes entrepreneures, face aux institutions bancaires, sont présentées comme des clients avec des moyens limités. Même si le gouvernement a mis en place des dispositions pour l'insertion des femmes racisées dans le milieu professionnel québécois, il n'en demeure pas moins que celles-ci continuent à faire face à « la discrimination systémique dans les organismes de soutien et d'accès au financement » (Brière et al., 2021, p. 70) . Il apparaît que le problème ne réside pas dans les financements et ni dans la disponibilité des programmes d'aides, mais c'est plutôt le processus de sélection des dossiers individuels pour lesquels on

doit octroyer ces aides et financements qui revêt un caractère discriminatoire et entraîne des refus qui peuvent être biaisés (Venne, 2020a).

En sus, leur statut de femme engendre un mauvais classement dans les dimensions liées au leadership, à l'autonomie, à la propension à prendre des risques, à l'émotivité, à la volonté de changement, au niveau d'énergie et au besoin de soutien (Knight, 2016). Selon Statistique Canada (2021), de nombreuses études ont été effectuées concernant l'éducation des immigrants et des minorités visibles, et les résultats obtenus ont démontré que ces derniers font face à des défis et expériences qui sont plutôt différents selon les origines ethniques auxquels ils appartiennent. Ce qui n'est pourtant pas le cas pour les personnes n'appartenant pas à ce groupe. Toutefois, pour s'adapter au contexte actuel qui leur est en quelque sorte « imposé », elles font preuve de créativité en trouvant bien d'autres alternatives à ces situations, car il faut admettre que « parmi les principales raisons motivant les femmes entrepreneures à se lancer en affaires, les études menées au cours de la dernière décennie dans les pays industrialisés mentionnent le besoin d'autonomie et la recherche d'une réalisation personnelle » (Carrier et al., 2006, p. 37). Dans l'objectif d'atteindre cette autonomie, les femmes noires ont choisi de transformer les défis en opportunités, « en s'approvisionnant auprès de leurs propres communautés ethniques » (Albert et Lazzari Dodeler, 2020, p. 113). Ainsi, elles profitent de la différenciation de cultures et de la présence des différentes communautés ethniques présentes sur le territoire québécois, pour acquérir des avantages stratégiques et uniques, chose que leurs principaux concurrents n'ont pas. Bien d'autres avantages se présentent tels que le soutien de la communauté, l'exploitation du capital humain « co-ethnique », la rotation de l'association crédit et le parrainage communautaire, donnant ainsi lieu à une économie enclavée (Albert et Lazzari Dodeler, 2020). La possibilité

de se faire des bénéfices à travers le développement d'une variété de réseaux d'entreprises qui pourront ravitailler leur marché ethnique, est donc la conséquence du manque d'accès aux structures de financements et de la marginalisation systémique. Par ailleurs, beaucoup de chercheurs soulignent l'importance de la création des réseaux solides qui jouent un rôle favorable dans le développement des entreprises tout en leur fournissant le soutien financier et moral nécessaire à leur parcours (Carrier et al., 2006).

1.5.3 Conciliation travail-famille

La conciliation travail-famille constitue l'enjeu majeur des femmes noires entrepreneures au Québec. En effet, bien que leur rôle dans la génération des ressources financières soit reconnu, il n'en demeure pas moins que cela ne les exempte pas d'assumer leur rôle traditionnellement attribué, de s'occuper des tâches ménagères et de la garde des enfants (Adjamagbo et al., 2016). Il faut reconnaître que cela nécessite une bonne organisation et surtout un environnement favorable qui puisse faciliter le jonglage entre les deux, chose qui est particulièrement exigeante. « Si les femmes canadiennes rencontrent ce même défi, pour les femmes immigrantes, ce défi est lourd d'autant qu'elles n'ont pas de proches ni de parents sur lesquels elles peuvent compter pour les épauler dans le gardiennage » (Namululi et al., 2018, p. 108). Selon « les données issues du recensement de 2016, environ 56 % des personnes noires ne sont pas natives du Canada, et une grande partie de la communauté noire du Canada se déclare le plus souvent originaire d'Afrique ou des Antilles » (Women Entrepreneurship Knowledge Hub, 2021, p. 1). Issues pour la plupart de l'immigration, les femmes noires installées au Québec entreprennent le plus souvent par manque d'accès aux emplois qualifiés, et de ce fait se retrouvent encore face aux difficultés de devoir concilier la charge familiale et celle du travail. Toutefois, des études recensées suggèrent qu'un équilibre

entre les deux est possible et ne représente pas nécessairement un obstacle insurmontable, car plusieurs éléments tels que la situation matrimoniale, l'appui familial, la santé financière et le travail à domicile favorisent en effet l'équilibre dans la gestion du travail et de la famille (Beddi et al., 2018).

1.5.4 Programmes d'accompagnements non adapté

Tel que souligné par Lebègue (2015, p. 111) « L'accompagnement des entrepreneurs fait aujourd'hui l'objet de multiples travaux qui interrogent l'adaptation de l'accompagnement au profil des accompagnés ». Une adaptation des programmes d'aides publiques aux entrepreneures noires serait un pas important vers une inclusion économique et un soutien envers la communauté. Ces soutiens personnalisés pour les femmes d'affaires évoluant dans l'entrepreneuriat au Canada, sont un précieux moyen d'aider les femmes à poursuivre leurs objectifs de croissance (Farvardin, 2021). De plus, grâce à leurs expériences, les mentors peuvent établir une mise en relation avec les personnes clés ou les ressources nécessaires, ce qui constituera un énorme moteur pour la bonne marche de leur environnement d'affaires, ainsi que leurs différentes relations professionnelles (Farvardin, 2021). En ayant accès à certaines infrastructures, les femmes peuvent atteindre leur plein potentiel, réaliser leur objectif, et accélérer une croissance inclusive (Nodirovna, 2023). Malgré les défis liés à la recherche d'un mentor et de relations avec la communauté entrepreneuriale, il semble que certaines femmes ne sont pas conscientes des ressources d'aide disponibles pour les aider à démarrer leur entreprise (Farvardin, 2021).

1.5.5 Réseaux communautaires

Bien qu'ils présentent des éléments bénéfiques contribuant à la réussite entrepreneuriale des femmes entrepreneures noires, les réseaux ethniques ou communautaires présentent parallèlement des contraintes. En effet, elles peuvent être d'ordres géographiques, et constituent une limite à la croissance économique des entreprises, qui sont plutôt isolées dans des endroits fréquentés majoritairement par des personnes issues de la même communauté, réduisant ainsi leur chance d'avoir un impact sur la société (Prêteurs novateurs, 2021). Les réseaux communautaires présentent également des limites en termes de relations, car les entrepreneurs au sein de ces réseaux ont tendance à fréquenter des individus issus de la même communauté, s'exposant à l'absence d'une diversité communautaire au sein de leur groupement (Prêteurs novateurs, 2021).

1.6 PRÉDISPOSITIONS GOUVERNEMENTALES

Au Québec, l'écosystème entrepreneurial évolue progressivement dans l'objectif de répondre aux besoins spécifiques des femmes. De ce fait, des réseaux d'affaires tels que la *Fondation Montréal Inc* qui offre des bourses et facilite le démarrage des entreprises, les *Jeunes Entreprises du Québec* qui ont établi des programmes afin d'aider les jeunes qui souhaitent se lancer en entrepreneuriat à acquérir des compétences en leadership, permettent de promouvoir les intérêts correspondant à chaque entrepreneur et d'accéder aux principales ressources. En réalité, les réseaux constituent un avantage pour les entrepreneurs en quête de mentorat, de financement, de formations et de quelconques aides qui peuvent être bénéfiques à leurs avancements. Ils constituent un canal de transmissions d'informations qui peut assurer la pérennité de l'entreprise (Carter et al., 2003). « En 1973, sur la recommandation de la Commission royale sur la condition de la femme (RCSW), le gouvernement a créé le Conseil

consultatif canadien sur la condition de la femme (CACSW), qui a conseillé le gouvernement fédéral, informé et éduqué le public sur les préoccupations des femmes » (Knight et Rodgers, 2012, p. 269). Evol, anciennement connu sous le nom de Femmeessor, est un organisme qui soutient également les femmes entrepreneures depuis 1995, en les finançant et en les accompagnant dans leur processus d'autonomisation (IEQ, 2017).

Le gouvernement fédéral apporte également son soutien financier à travers le lancement de la première Stratégie pour les femmes entrepreneures (SFE) en 2018 (Venne, 2020b). Hans PARMAR, responsable des relations avec les médias à innovation, sciences et développement économique Canada, soutient que ces engagements, pris par le gouvernement facilitent l'intégration des femmes entrepreneures dans les réseaux, leurs accès aux financements et à l'expertise nécessaire à leur cheminement (Venne, 2020b).

En effet, d'après le rapport d'étape 2022 concernant la SFE (Statistique canada, 2022), un budget de financement a été accordé en 2021 à l'écosystème, afin de solutionner les soucis auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures. En conséquence de ces aides, des résultats considérables ont été constatés, parmi lesquels « la création de 3203 nouveaux emplois, la mise en contact de 15553 entrepreneures afin qu'elles profitent du système de réseautage et des soutiens apportés aux femmes entrepreneures issues de la diversité ou de l'intersectionnalité » (Statistique canada, 2022, p. 2). Toutefois, malgré les innombrables soutiens apportés aux femmes de l'écosystème entrepreneurial, Déborah Cherenfant, entrepreneure et militante issue de communauté noire, souligne le manque de mentorat lors des phases de croissance, car, en effet, les femmes trouvent moins de soutien lorsqu'elles cherchent à faire grandir leurs entreprises (Venne, 2020a). Ces programmes de mentoring lors des phases de croissance permettront de briser ou de limiter les barrières persistantes, tel que

l'accès au financement, qui constitue une entrave majeure au parcours entrepreneurial des femmes.

Toutefois, des études avancent que la mise en place de parcours parallèles pour les femmes, est susceptible de connaître l'échec et que la meilleure manière de contribuer à l'avancement de l'entrepreneuriat féminin est d'éliminer les barrières auxquelles elles sont confrontées (Cukier et Hassannezhad Chavoushi, 2020). Pour le cas des femmes noires, qui sont confrontées à de nombreux obstacles, des recommandations d'ordre sociétal, organisationnel et individuel ont été formulées, car les recherches effectuées « démontrent qu'il y a lieu de renforcer les capacités et de cibler les soutiens afin de répondre aux besoins des femmes entrepreneures noires » (Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat, 2021).

1.7 RÉSEAUX D'ENTREPRENEURS ETHNIQUES

Les réseaux formés par les entrepreneurs peuvent être d'ordre religieux, associatifs ou encore des collectivités formées afin de partager une identité commune sous forme d'institution propres à l'origine ethnique (Filion et al., 2007; Joseph et McKenzie, 2022). Selon Filion et al. (2007, p. 35), « Quelques chercheurs se sont intéressés à la question et ont trouvé que l'origine de l'idée d'affaires se trouvait dans 42,3 % des cas là où le créateur travaillait, venait des amis ou de la famille dans 25,5 % des cas, de discussions avec des clients potentiels dans 30,1 % des cas, de discussions avec des fournisseurs potentiels dans 11,2 % des cas, de discussions avec des investisseurs dans 12,2 % des cas ». Les réseaux ethniques formés par les femmes entrepreneures noires jouent un rôle essentiel dans le développement des entreprises, et facilite l'accès aux ressources aux entrepreneurs. De plus, leur importance se manifeste lorsqu'un entrepreneur, malgré un refus initial de financement bancaire, parvient

néanmoins à rassembler les fonds nécessaires grâce aux liens interpersonnels solides qu'il a su entretenir avec les membres du groupe ethnique (Pécoud, 2004). C'est dans cette optique que beaucoup d'entrepreneures assistent leurs collègues entrepreneures rencontrées au sein de leur écosystème, en partageant avec elles des recommandations, des mises en relation ou tout simplement en leur prêtant une oreille attentive (Clément, 2022). Hyppolite (2012), souligne que 40 % des femmes africaines immigrées à Edmonton, ont souligné l'importance de leur communauté ethnique dans leur processus d'intégration et leur ont fourni les informations nécessaires sur les services et institutions disponibles, tout en leur apportant un soutien psychologique, moral, social et dans certains cas, financiers. L'instauration de ces réseaux d'accompagnements permettent de faciliter l'accès aux ressources commerciales et de promouvoir la diversité économique grâce à la création d'entreprises dont les propriétaires sont issus d'une minorité racisée. De plus, « de nombreux auteurs associent le dynamisme entrepreneurial des immigrés à l'accès à des réseaux socio ethniques en tant que sources de financement, de main-d'œuvre bon marché, d'approvisionnement, d'informations, de conseils et de débouchés » (Song-Naba, 2015, p. 146). En outre, l'apparition des différentes plateformes communicationnelles ces dernières décennies, facilite de plus en plus la communication et la mise en lien. En conséquence, « Internet devient un outil au moyen duquel les réseaux associatifs, politiques ou religieux se développent, les mobilisations se globalisent et les médias des minorités ethniques prennent un nouvel essor » (Rigoni, 2010, p. 34). Les réseaux formés par les entrepreneures noires jouent ainsi un rôle majeur dans l'entrepreneuriat et le développement économique en facilitant l'accès aux produits, qui, de base, n'étaient pas facilement accessibles aux clients du marché. Cependant, « si certaines études prônent la mise en place de programmes d'accompagnement spécifiques, d'autres au

contraire insistent sur la nécessité d'intégrer la problématique du genre dans les dispositifs d'accompagnement généralistes (Lebègue, 2015, p. 114).

CHAPITRE 2 :

MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Ce chapitre va porter sur la démarche méthodologique de notre quête de réponse à la question de recherche. Pour établir une validité externe de notre recherche, nous allons tout d'abord établir notre recherche en établissant notre positionnement épistémologique, ensuite mettre en place notre stratégie de collecte d'informations. Il sera également nécessaire d'expliquer l'importance du certificat d'éthique dans notre recherche, puis nous allons établir notre stratégie d'échantillonnage, ainsi que les instruments de collecte de données et la technique d'analyse des données.

2.1 Positionnement épistémologique

L'approche épistémologique en recherche, s'attache à la compréhension du processus par lequel chaque individu élabore sa connaissance (Demaizière et Narcy-Combes, 2007). L'approche épistémologique ainsi que notre posture interprétativiste vont permettre de guider notre recherche et notre stratégie de collecte de donnée. En outre, la démarche adoptée permettra de mieux saisir les facteurs motivationnels des femmes entrepreneures noires dans la province Québec. En effet, c'est une approche qui postule que la société est façonnée par des interprétations qui permettent de comprendre le sens que les individus attribuent à leurs réalités (Benhaddouch et El Fathaoui, 2022). Selon Skikra et Echaoui (2024), on ne se limite pas uniquement à l'appréhension qu'on a de la situation, cela implique d'embrasser les divers points de vue et interprétations qui vont contribuer à la perception que nous avons de la

réalité. Dans le cadre d'une étude sociale, l'approche interprétativiste suggère que le monde social est formé d'interprétations qui facilitent la compréhension des significations attribuées à la réalité par les individus, dans le but de générer des savoirs.

2.2 Technique D'approche

L'objectif général de cette étude étant de comprendre les motivations entrepreneuriales des femmes noires dans la province québécoise, il serait nécessaire de souligner tout d'abord la nature exploratoire de la méthode qui sera mise en œuvre. En outre, le choix est porté sur cette méthode car comme nous l'avons soulevé dans notre étude, il y a très peu de recherches qui ont été faites sur les femmes noires entrepreneures au Québec. Pour plus de précisions, une méthode qualitative qui implique la collecte de données verbales, facilite la compréhension des interactions entre les individus, et permet une démarche interprétative à travers nos analyses de données (Aubin-Auger et al., 2008). C'est une méthode qui s'avère approprié pour étudier de manière approfondie notre sujet, qui, jusqu'ici est limité en terme de littérature (Aubin-Auger et al., 2008). Selon Bühlmann et Tettamanti (2007, p. 196) « dans les recherches qualitatives, l'enquête est de caractère plus exploratoire, avec un fort accent sur la description, une focalisation sur la compréhension des phénomènes et le développement de théories visant à comprendre de la manière la plus complète possible les données », de plus, « elle se focalise sur le vécu des interactions des hommes et de leur environnement » (Nagels, 2022, p. 2). D'après Aubin-Auger et al. (2008, p. 143), « ce type de recherche nécessite des dispositions humanistes, de la curiosité, de l'imagination et de la créativité, mais aussi un sens de la logique, la capacité à reconnaître la diversité ou la régularité d'un phénomène ».

Il est toutefois important de maîtriser le cadre dans lequel la collecte de données s'effectuera, afin de limiter tout type de distorsion qui pourrait affecter la validité des résultats. En conséquence, nous allons effectuer une entrevue semi directive comme méthode de collecte de données, dans le but de donner une certaine liberté d'expression à nos participantes sur leurs expériences et opinions.

2.3 Méthode De Collecte De Données

La recherche qualitative implique une immersion directe et parfois profonde sur un terrain ou une situation de la vie. Ces contextes sont généralement typiques ou ordinaires et reflètent les expériences des individus de la société (Miles et Huberman, 2003). De ce fait, il est nécessaire de sélectionner la méthode adéquate pour s'entretenir de manière directe avec la population de recherche. Malgré l'existence de nombreuses techniques de collecte de données, le choix se porte sur les entretiens individuels semi-directifs, qui nécessitent une certaine ouverture pour recueillir des informations dont certains aspects du phénomène étudié sont méconnus ou peu explorés (Fenneteau, 2015). En outre, elle constitue une occasion unique pour une écoute active, une compréhension mutuelle des échanges et l'appréciation de la connaissance (Imbert, 2010). Il permet alors, une meilleure appréciation des motivations des femmes noires entrepreneures au sein de la région du Québec. Ainsi, cette méthode d'entrevue, accordera une certaine flexibilité à travers nos questionnements et facilitera l'adaptation des thèmes et questions en fonction du discours du participant.

2.4 Le certificat éthique

Dans le cadre d'une étude à propos d'un sujet qui implique des êtres humains, il est nécessaire d'obtenir l'approbation d'un comité d'éthique de la recherche. Sachant que le sujet porte sur l'entrepreneuriat des femmes noires au Québec, il a été nécessaire de suivre une formation et de procéder à une demande de certification éthique qui a été accordée à la suite de la soumission du projet (voir Annexe 1). Cette étape est cruciale, car elle garantit le respect des normes éthiques et des droits des participantes, ainsi que leur bien-être pour le bon déroulement de notre étude. À la suite de son obtention, nous avons envoyé la lettre de recrutement à nos candidates une semaine avant les rencontres afin qu'on puisse échanger et qu'elles puissent avoir tous les renseignements nécessaires avant la rencontre. Les documents d'informations et de consentements permettent d'explicitier de façon claire et concise toutes les mesures qui ont été prises dans le cadre de cette recherche ainsi que la protection des données qui seront recueillies. Les formulaires précisent également aux candidates qu'elles ont le droit de se retirer du projet à n'importe quel moment. Après de multiples échanges avec les participantes, elles ont donné leur accord de manière verbal.

2.5 Échantillonnage

La sélection de l'échantillon a été faite grâce à une technique de boule de neige, qui est une méthode non probabiliste consistant à choisir l'échantillon de manière aléatoire et grâce aux recommandations des participantes (Chindji et Eloge, 2024). L'échantillon est composé de femmes noires résidant dans quelques villes de la province du Québec et ayant créé leur entreprise dans les 10 dernières années. Grâce à notre stratégie d'échantillonnage de boule de neige, on a pu sélectionner des candidates diverses. Cela va favoriser la représentativité

de la diversité afin d'obtenir des expériences variées, sachant que les cultures sont différentes. Nous nous sommes alors entretenus avec des femmes noires africaines, des femmes noires américaines, une femme noire afro-américaine et des femmes noires européennes.

Le choix de la durée de vie de l'entreprise pourrait permettre d'avoir une vue d'ensemble des expériences vécues par nos entrepreneures et de pouvoir observer la différence des tendances expérimentées.

Avant de nous entretenir avec les candidates, nous avons sélectionné notre échantillon sur la base des critères suivants :

- Être une femme entrepreneure noire ayant la nationalité canadienne ou la résidence permanente ;
- Être disponible pour les entretiens ;
- Résider dans la province du Québec ;
- Être propriétaire d'une entreprise basée au Québec ;
- Détenir 100 % des parts de l'entreprise ;
- Avoir créé son entreprise dans les 10 dernières années.

La sélection a minutieusement été effectuée à partir d'une liste d'envoi par courriel et sur les réseaux sociaux comme Facebook. Ensuite, après avoir contacté les candidates intéressées par courriel, nous avons sélectionné 15 profils qui correspondaient aux critères de sélections établis, avec qui nous nous sommes entretenues afin de discuter du projet de recherche. Toutefois, le manque de disponibilité pour certaines des candidates sélectionnées, nous a conduit à limiter notre échantillon à 12 personnes. De ce fait, nous avons fixé les dates ainsi

que les lieux de rendez-vous pour s'entretenir et discuter des clauses de l'entrevue, notamment l'accord de confidentialité et des documents à signer.

2.5 Instruments de collecte de données

Afin de collecter les données nécessaires pour mener à bien notre étude, des entrevues semi dirigées ont été effectuées avec douze (12) femmes entrepreneures noires résidant au Québec. De ce fait, un guide d'entrevue (voir Annexe 1), a été élaboré à partir des informations tirées de notre revue de littérature et des cadres théoriques que sont la théorie de la motivation (Aylwin, 1982; Louart, 2002) et la théorie de la résilience (Bernard et Dubard Barbosa, 2016; Dauphiné et Provitolo, 2007; Michallet, 2009), afin de pouvoir collecter les informations essentielles à notre recherche. Ainsi, nous avons constitué notre guide d'entrevue de manière à obtenir les informations suivantes :

- Le profil du participant ;
- Les informations de l'entreprise ;
- Les motivations entrepreneuriales ;
- Les obstacles et opportunités ;

Les informations obtenues de nos participantes, ont permis d'avoir une compréhension plus approfondie des expériences qu'elles ont vécues, et de comprendre leur motivation entrepreneuriale. En effet, les entretiens se sont tous déroulés dans un cadre privé et éloigné de tout type d'élément qui pourrait perturber notre entrevue.

Ces multiples entretiens à travers plusieurs villes de la province, nous ont permis de comprendre les motivations entrepreneuriales des femmes noires, des expériences qu'elles

ont vécues en tant que femme noire évoluant au Québec, ainsi que des obstacles rencontrés lors du processus entrepreneurial.

Sur un total de douze (12) femmes avec lesquelles nous nous sommes entretenues, six (6) entretiens se sont tenus dans une salle privée réservée dans un café dans leur ville respective, et six (6) autres ont été faits en ligne à travers des vidéoconférences via Zoom. Chaque entretien a duré quarante-cinq (45) minutes et a été enregistré avec l'accord de nos participantes qui au préalable ont lu et signé les formulaires de consentement. Après avoir mené ces entretiens, nous avons stocké les données dans un disque dur sécurisé, pour les exploiter et procéder à leur analyse.

2.7 Technique d'analyse des données

À la suite de nos entretiens, nous avons retranscrit les enregistrements audios sous forme de verbatim tout en intégrant les notes importantes qui ont été prises. Les verbatims faisaient maximum 14 pages après rédaction. Ensuite, nous avons procédé au codage a posteriori, qui est un processus qui nécessite une grande subjectivité de notre part, et à l'analyse des données qualitatives qui ont été recueillies, et cela, grâce au logiciel d'analyse des données NVIVO. Ce logiciel a permis une analyse beaucoup plus facile et rapide des données grâce aux techniques de classification thématique et d'organisation des données. Il convient de rappeler que la méthode qualitative permet la structuration globale d'un phénomène ainsi que ses conséquences (Krief et Zardet, 2013). Les enregistrements audios avaient été stockés dans un disque dur et ont ensuite été détruites grâce au logiciel ERASER qui est utile pour le déchiquetage de fichiers et de dossiers. Les verbatims déjà anonymisés ont été stockés sur

une clé USB sécurisé par un mot de passe et seront remis au bureau de la direction de recherche pour une conservation d'une durée de 7ans, et seront ensuite détruites.

L'analyse des résultats a été effectuée sur la base de notre objectif de recherche, de la revue de littérature, du contexte théorique et de nos entretiens. Elle a également permis de vérifier la conformité des théories soulevées dans le cadre de notre recherche. En effet, l'analyse des verbatims à travers le logiciel NVIVO, a permis d'obtenir les codes en lien avec les théories de la motivation et de la résilience qui ont été soulevées dans notre cadre conceptuel. Nous nous sommes inspirées des différents discours que tenaient nos participantes concernant leur expérience pour rassembler les verbatims, et établir la connexion entre les données semblables, afin qu'en découlent nos thèmes et sous-thèmes. Toutefois, il convient de souligner une limite qui peut constituer un frein dans la recherche. En effet, le logiciel NVIVO n'est pas compatible avec certains logiciels présents dans l'ordinateur du chercheur, de ce fait, il a fallu procéder à la suppression de certains logiciels pour pouvoir exploiter les données, ce qui peut causer du retard dans le processus de recherche.

CHAPITRE 3 :

ANALYSE ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

À travers ce présent chapitre, nous allons procéder à l'analyse des résultats que nous avons recueillis lors de nos entretiens avec nos entrepreneures, pour ensuite faire une présentation globale des résultats de cette étude. Pour rappel, l'objectif est de connaître les motivations entrepreneuriales des femmes noires dans la province du Québec. Pour mener à bien cette étude, nous allons procéder par une démarche claire et structurée à travers laquelle les explications fournies par nos entrepreneures sont explicitées, tout en nous focalisant sur les principaux thèmes et sous thèmes qui ont été constitués à partir des similitudes soulevées dans les discours des participantes, et cela par le biais d'un système de codage établi. Ce procédé d'analyse thématique est crucial lors d'une recherche qualitative, car elle permet de décortiquer les informations brutes recueillies et de les transformer en résultats concrets. En résumé, il s'agit de répondre de manière progressive à la question générique type, en utilisant différents thèmes et sous-thèmes (Paillé et Mucchielli, 2012).

Avant de procéder à la présentation des critères de notre échantillon sélectionné et à l'analyse, il est nécessaire de souligner que nous avons dégagé deux (2) principaux thèmes : Motivations et Mobilisation de ressources ; et des sous-thèmes : faiblesse de revenus, réponse aux besoins du marché, fibre entrepreneurial, promotion de la culture et impact social e la mise en valeur du savoir-faire le financement bancaire, développement de réseaux et collaborations, formation et renforcement de compétences. Ces à partir de ces thèmes et sous-thèmes que nous allons mettre en lumière les facteurs motivationnels

intrinsèques et extrinsèques des femmes noires entrepreneures ainsi que les aspects qui tournent autour de leur démarche entrepreneuriale.

3.1 Profils des participantes

Nous avons sélectionné douze (12) femmes entrepreneures évoluant dans la province du Québec, dont quatre (4) qui habitent dans la ville de Québec City, deux (2) à Montréal, une (1) dans la ville de Granby, une (1) dans la ville de Laval, deux (2) dans la ville de Gatineau et deux (2) dans la ville de Longueuil. Elles sont âgées entre vingt-quatre (24) et cinquante-cinq (55) ans, et sont pour la plupart mariées, célibataires ou divorcées. L'âge des femmes entrepreneures a été le sujet de multiples études, et selon Zoubida et Rachid-sofiane (2023) les femmes se lancent en entrepreneuriat la plupart du temps après avoir accumulé des compétences et de l'expérience dans le monde des affaires. Il peut également jouer un rôle important dans la motivation entrepreneuriale des jeunes dans le sens où ces derniers sont « plus audacieux et plus disposés à prendre des risques » (Zoubida et Rachid-sofiane, 2023, p. 178). De plus, une étude de Bousmah (2021, p. 1) portant sur la motivation des entrepreneurs vivant au Canada rural a démontré que les « entrepreneurs débutants avec un niveau de scolarité plus élevé sont plus susceptibles d'être motivés par l'opportunité que contraints par la nécessité » et que cette propension à entreprendre par opportunité diminue avec l'âge.

Elles sont propriétaires de petites et moyennes entreprises à exploitation unique et ont pour la majorité un diplôme d'étude universitaire. D'après le Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2021), 27.5% des femmes noires au Canada sont titulaires au minimum d'un diplôme de baccalauréat. En effet, sept (7) d'entre elles sont titulaire d'un baccalauréat

en ingénierie mécanique, ingénierie en architecture, ingénierie en génie civile, gestion de projets, modélisme, comptabilité et en langues étrangères appliquées ; trois (3) ont une maîtrise en gestion des entreprises, informatique et enseignement ; et deux (2) d'entre elles détiennent un diplôme d'étude collégiale en restauration. Pour avoir une vue globale des informations recueillies, nous avons présenté les caractéristiques socio-professionnelles de nos participantes dans le tableau ci-dessous :

Tableau 3:Données professionnelles et sociales des femmes entrepreneures noires au Québec

P	Industrie	Age	Sm	Niveau scolaire	Groupe ethnique	Ancien neté	Type d'entreprise
E (1)	Vente au détail	55	M	DDS	AF	20	PME
E (2)	Restauration	35	M	B	AF A	4	PME
E (3)	Architecture	29	C	MT	AF	4	PME
E (4)	Esthétique	38	M	DDS	AF	2	PME
E (5)	Restauration	45	M	B	NE	10	PME
E (6)	Esthétique	35	M	MT	NE	1.5	PME
E (7)	Vente au détail	24	C	B	AF	4	PME
E (8)	Photographie	32	M	B	AF	4	PME
E (9)	Vente au détail	38	M	B	NA	2	PME
E (10)	Pâtisserie	30	C	MT	AF	2	AD
E (11)	Parfumerie	28	M	B	AF	5	PME

E (12)	Vente au détail	42	D	B	AF	5	PME
--------	-----------------	----	---	---	----	---	-----

Source : Construction de l'auteure

Tableau 4 : Définition des abréviations

P	Participante
AF	Africaine
AF F	Afro Américaine
NE	Noire européenne
NA	Nord-américaine
SM	Situation matrimoniale
M	Mariée
C	Célibataire
D	Divorcée
DDS	Diplôme d'étude secondaire
B	Baccalauréat
MT	Maitrise
E	Entrepreneure
PME	Petite et Moyenne Entreprise
AD	A domicile

Source : Construction de l'auteure

Le tableau ci-dessus présente les caractéristiques des femmes entrepreneures ainsi que celles de leur entreprise. Ces informations vont servir à analyser les réalités entrepreneuriales des femmes noires au Québec et pourront servir à examiner les modèles de développement d'entreprises. Dans le cadre de politiques établies pour les entrepreneurs, ces données orienteront les politiques de soutien afin d'élaborer des programmes de soutien adaptés qui vont tenir compte de la diversité au sein de l'écosystème entrepreneurial.

3.2 Motivations extrinsèques

La première étape de notre analyse a consisté à identifier les principales motivations des femmes noires entrepreneures. Nous nous sommes tout d'abord intéressés aux facteurs extrinsèques qui selon da Silva Oliveira et al. (2023), émergent souvent comme une alternative pour les femmes qui sont confrontées aux problèmes ethnoraciaux et au manque d'opportunité sur le marché de l'emploi, mais aussi pour celles qui font face au manque d'opportunité. Les principales motivations extrinsèques sont : les besoins financiers face au manque d'emploi et l'envie de saisir des opportunités économiques. Tandis que les principales motivations intrinsèques sont l'esprit entrepreneurial ou fibre entrepreneurial, la mise en valeur du savoir-faire et la promotion de la culture.

Parmi les éléments extrinsèques qui motivent les femmes à entreprendre, la faiblesse de revenu et la nécessité de répondre aux besoins du marché apparaissent comme les principaux facteurs motivationnels.

Faiblesse de revenu

Le marché de l'emploi au Québec est le principal défi pour la communauté noire au Québec. En outre, pour des raisons de discriminations, de surqualification ou même de sous-qualifications, elles sont souvent contraintes à chômer, à travailler pour des salaires minimes ou alors à saisir ces opportunités pour se tourner vers l'entrepreneuriat pour en faire une stratégie d'adaptation économique. Comme l'a souligné E6 : « *on ne peut pas rester les bras croisés dans un pays où la vie est quand même chère, alors qu'on a déjà un diplôme en poche* ». Elles sont nombreuses, après l'obtention de leur diplôme de fin d'étude, à déplorer le

manque d'emploi dans leur domaine d'étude. Selon E3 : *« je suis restée 5 mois sans revenus, je vivais au dépend de mes parents en attendant de trouver un travail et je n'étais pas la seule dans mon entourage à vivre cette situation, ce qui me faisait encore plus peur »*, et pourtant E6 affirme qu'*« il y a du travail au Québec, toutefois, ce n'est pas ce qui correspond à nos attentes »*. Le problème pour ces femmes tournait plutôt autour du choix du métier, en effet une inadéquation entre leur formation et leurs aspirations professionnelles se présentait. Si plusieurs d'entre elles cherchaient l'emploi qui leur correspondait, d'autres se contentaient de ce qu'elles trouvaient sur le marché, car d'après E7 *« exercer un métier qui ne nous plait pas n'est pas plaisant, mais, je me suis contenté de ce qu'il y'avait de disponible et, en parallèle, je menais mes recherches avec espoir »*. La documentation portant sur l'entrepreneuriat des femmes noires n'est pas exhaustive, toutefois elle met constamment en lumière les besoins financiers comme étant la raison principale, pour la plupart des cas, des démarches entrepreneuriales des femmes noires. Bien que l'aspect économique occupe une place déterminante dans le monde des affaires, toutefois, elle ne constitue pas la seule motivation des femmes entrepreneures. En effet, nous avons constaté que les récits de cinq (5) d'entre elles impliquaient également la quête de liberté et de l'épanouissement qui revêt une importance capitale, car cela leur permet d'évoluer dans un environnement sain et surtout d'avoir un meilleur équilibre entre le travail et la famille. L'une d'entre elles estime que la promotion de la culture est une motivation à l'entrepreneuriat car c'est le seul moyen, en tant que femme noire vivant au Québec, de préserver son identité, ainsi que ses traditions d'origine. Alors que selon Trois d'entre elles, il fallait montrer aux autres communautés les compétences et capacités que les femmes noires pouvaient avoir malgré les stéréotypes.

Réponses aux besoins du marché

Les analyses révèlent également que le désir de répondre aux problèmes sociétaux tels que les besoins du marché, constitueraient une motivation à entreprendre. À ce propos, E1 déclare : « *En tant que femme d'origine africaine, et je pense bien que je ne suis pas la seule, j'ai constaté le manque de certains produits que nous utilisons chez nous* », raison pour laquelle, d'après E11 : « *il est nécessaire de saisir des opportunités et de répondre aux besoins du marché que l'on vise* ». En effet, contrairement à la plupart de nos participantes, six (6) de nos entrepreneures se sont lancées dans l'entrepreneuriat à la suite d'un constat de besoin nécessaire dans la société et ont décidé d'y investir pour y répondre. E11 : « *Les moyens ne manquaient pas, j'ai fait une étude de marché, j'ai visé une certaine clientèle, et je me suis lancée. Cela a été un succès et je m'en sors plutôt bien* ». Il est important de souligner que les femmes noires sont issues d'un groupe minoritaire au Québec, en outre, l'une d'entre elles est immigrante de première génération, et une autre est issue de parents immigrants. En conséquence, un besoin de maintenir un lien avec leur culture et leurs habitudes alimentaires, développe chez certaines un besoin de créer une entreprise qui puisse permettre à la communauté noire de pouvoir maintenir les liens culturels et les traditions culinaires. En exemple, l'entreprise de E4 a été créée à la suite d'une conversation informelle entre amis, illustrant de ce fait, que des interactions sociales peuvent catalyser des opportunités entrepreneuriales qui répondent aux besoins des communautés. D'après ses propos : « *je cuisine souvent chez moi pour permettre à mes amis et ceux de mon mari de nous retrouver mais surtout de manger nos plats d'origine, puis on a pensé qu'il serait bien d'ouvrir un restaurant et de commercialiser des plats de chez nous car à notre connaissance, il n'y en avait pas dans la ville. Ça nous permet de maintenir des liens aussi entre nous* ». L'examen approfondi des témoignages que nous avons recueillis auprès de nos participantes,

reflète une certaine variété dans les parcours et motivations entrepreneuriales, nous permettant de ce fait, de mettre en lumière certaines facettes de prise de décision menant à l'entrepreneuriat.

3.3 Motivations intrinsèques

Selon Sayarh (2023), la motivation intrinsèque d'un individu se base sur des facteurs plutôt internes et n'est pas dictée par des éléments externes ou par des pressions sociales. Cette seconde partie de notre analyse, se réfère aux entrepreneures motivées par la satisfaction personnelle ou encore le désir d'accomplissement. En effet, la présence d'une fibre entrepreneuriale, la promotion de la culture, l'impact social, ainsi que la mise en valeur du savoir-faire, sont les principaux facteurs des démarches entrepreneuriales des femmes noires au Québec.

Fibre entrepreneuriale

L'influence parentale joue un rôle prédominant dans les décisions entrepreneuriales des femmes noires. En effet, parmi les multiples raisons qui poussent les femmes à entreprendre, l'héritage entrepreneurial serait un des facteurs majeurs de leur motivation. Évoqué par deux de nos participantes issues de familles dont les deux parents respectifs sont entrepreneurs, E11 et E3 nous racontent comment elles se sont retrouvées à entreprendre après l'obtention de leur baccalauréat. D'après les propos de E3 : *« Mon père a toujours voulu que je travaille dans son entreprise, de ce fait, il n'était pas pour le fait que je continue mes études au Québec. Mon choix à moi était d'entreprendre dans un domaine qui me correspondait. Je savais tôt ou tard que j'allais entreprendre, car j'ai expérimenté cela avec mes parents et*

j'avais déjà cela en tête. À la fin de mes études, j'ai trouvé un emploi dans mon domaine et quelques mois plus tard, je me suis lancée dans la création de mon entreprise. Je suis issue d'une famille majoritairement entrepreneure, de ce fait, c'est un avantage, car je connais un peu le monde des affaires ». Il existe une forte corrélation entre l'environnement familial et les futurs choix entrepreneurial des enfants. Les aspirations professionnelles liées à l'entrepreneuriat des parents, semble avoir un impact significatif sur la carrière de leurs enfants. E11, entrepreneure depuis bientôt deux ans, nous explique que : *« c'était une évidence pour moi d'entreprendre. J'ai des compétences et je le sais depuis que je suis jeune. L'environnement dans lequel j'évoluais a eu un impact considérable sur ce que je voulais faire de mon avenir et je ne regrette pas d'avoir grandi dans une famille entrepreneure. Je m'en sors parfaitement bien, car j'ai eu à travailler pour ma mère qui évoluait en tant qu'entrepreneure dans mon pays natal. Pour une femme qui souhaite fonder sa famille, il n'y a pas mieux comme activité à exercer, car cela facilite la gestion de la famille et te permet d'avoir un emploi du temps flexible ».*

Promotion de la culture et impact social

Les femmes noires entrepreneures se heurtent souvent à des barrières lorsqu'elles évoluent en entreprise, des situations qui empêchent pour la majorité d'entre elles, l'accès à des postes de direction ou l'évolution au sein de la compagnie. Selon E5 *« Cela n'est pas étonnant que nous soyons confrontées au racisme ou à de la discrimination, car même dans nos pays d'origine nous faisons face à la discrimination genrée dans les entreprises »*, cependant pour la E2 *« Il ne faut pas se poser des barrières à cause de ces obstacles, il faut en profiter pour en faire une opportunité d'affaire »*. En effet, l'émergence de l'entrepreneuriat est

conceptualisée comme une manifestation de résilience face aux inégalités qui elles, finissent par devenir une source de motivation et de création de valeur. Après analyse du discours de certaines entrepreneures noires, émergeait un point saillant : « la promotion de la culture ». Qu'elle soit africaine ou pas, c'est un élément qui constitue un point de démarrage ou un motif de création d'entreprises pour certaines d'entre elles. Par exemple, E5 nous explique : *« j'ai ouvert mon salon de coiffure cela fait 15 ans de cela, je suis capable de faire différents modèles de coiffures, mais je propose souvent des modèles atypiques à la culture du Québec pour promouvoir les coiffures africaines au sein de la ville auprès de la communauté québécoise »* et elle rajoute *« ce n'était pas facile au début de trouver de la clientèle, car les femmes blanches ne connaissent pas la culture des tresses ou des nattes, mais grâce à certaines opportunités que j'ai rencontré dans le milieu artistique, beaucoup de femmes québécoises se rendaient dans mon salon et j'ai eu plus de confiance en ce que je faisais »*. E1 reconnaît que : *« je visais plus la communauté africaine lorsque je créais cette entreprise, car je savais qu'elle en avait besoin, mais je ne m'attendais pas à ce qu'autant de clientes blanches viennent acheter des produits typiquement africains. Lorsque je leur demande la raison de ces achats, elles me disent qu'elles apprennent à cuisiner certains plats africains qu'elles ont découverts dans certains restaurants africains ou chez leurs amis, ou parfois, c'est juste parce qu'elles apprécient certaines épices venant d'ailleurs »*. En réalité, il est important de noter qu'il existe une tendance chez les propriétaires d'entreprises issues de groupes minoritaires, à cibler une clientèle partageant la même culture ethnique, car elles identifient leur groupe ethnique comme leur principale opportunité de marché, ce qui est le cas de E9 nous expliquant : *« qu'il y'a très peu de québécois qui viennent ici, cela ne m'étonne pas beaucoup parce qu'ils ne sont pas la cible des produits que nous vendons ici »*,

et partageant le même avis, E1 pense que « *c'est tout à fait normal de ne pas les voir fréquenter ces endroits à cause des différences culturelles et surtout à cause de l'image qu'ils se font de nous les noires* ». Cependant, E8 insiste sur le fait qu'il ne faut pas « *limiter des services dans sa communauté, il faut faire preuve d'une grande ouverture aux autres, intégrer de nouvelles techniques qui pourraient attirer la clientèle issue d'une autre communauté, cela motive les autres à s'intéresser à nous et à valoriser nos compétences* ».

L'aspiration à générer un changement dans la société, constitue également une source de motivation pour ces femmes noires. En effet, la création d'entreprises typiquement africaines a un impact social, car elle tend à faciliter l'insertion de la communauté africaine dans le secteur québécois et devient une solution à certains problèmes spécifiques. En outre, leur choix portant sur la création d'entreprises évoluant dans le domaine de la restauration, ou de la transformation de produits de base rentre dans le cadre de l'entrepreneuriat social, car, questionnées sur l'impact qu'elle pourrait apporter à la société, E2 nous fait savoir que : « *pour moi, c'est une obligation, c'est une nécessité d'avoir un impact dans la société et d'apporter son aide. C'est pourquoi j'œuvre souvent dans les soupers bénéfiques qui sont organisés pour aider des enfants ou encore acheter des dons aux plus défavorisés* ». Selon E10 : « *lorsqu'on s'implante dans une société, il est important de laisser des traces de bienfaisance, car cela prouve que nous ne sommes pas uniquement là pour nous faire de l'argent, nous sommes des êtres humains même si nous ne sommes pas canadiens. On doit faire preuve de solidarité et montrer cette facette solidaire de nous. Raison pour laquelle, je participe souvent à des activités organisées par des organismes et je le fais autant que je peux, car ça solidifie les relations que nous avons avec la communauté québécoise* ».

Nonobstant le manque de soutien financier, elles contribuent financièrement et socialement

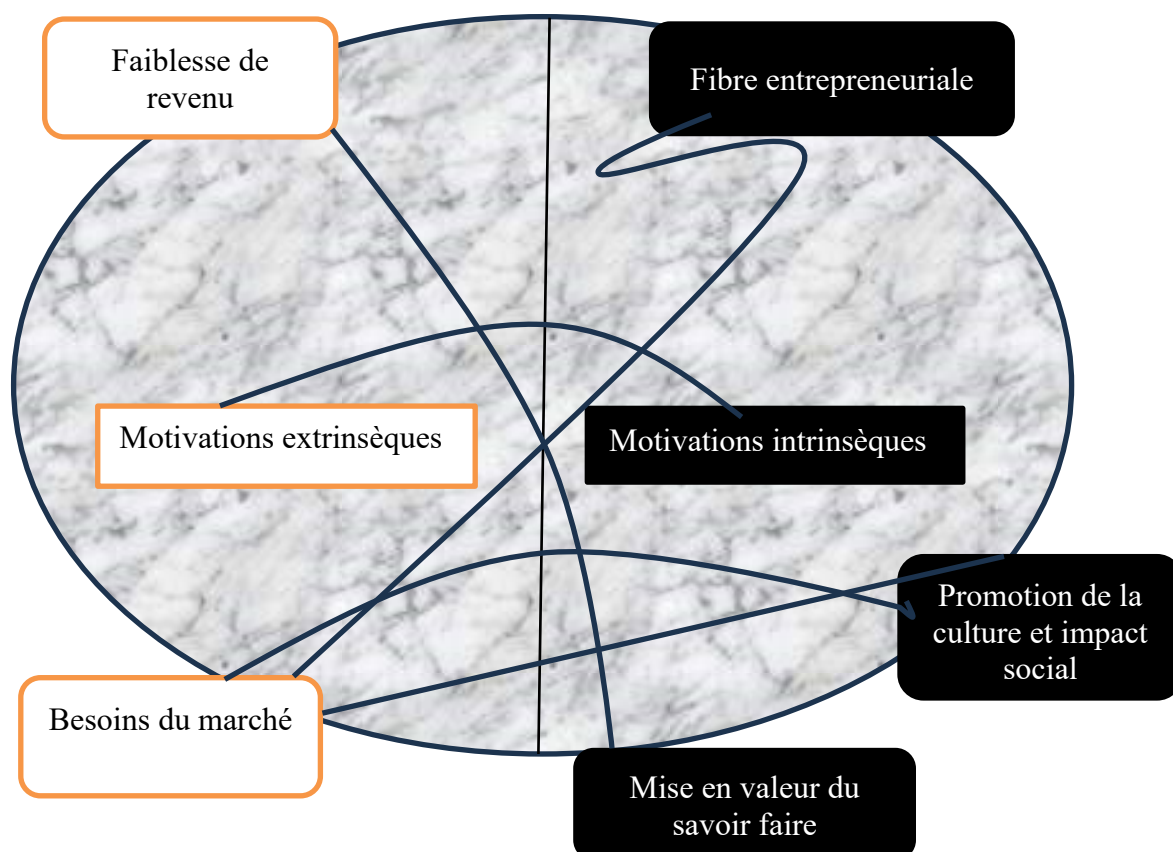
dans la communauté, stimulant ainsi la croissance économique et favorisant le bien-être social.

Mise en valeur du savoir faire

Cette mise en valeur de capital culturel spécifique consolide la création de liens communautaires à travers la valorisation du savoir-faire traditionnel. D'ailleurs, c'est le cas de E8 : « *lorsque je me rends à certains événements organisés par des québécois, ils sont étonnés une fois sur place de voir une femme noire photographe [...], ils sont stupéfaits et me posent des tas de questions* », elle ne s'en s'arrête pas là car étant mère de famille, elle explique « *je demande souvent l'autorisation de venir avec mon assistant au travail, et ils sont toujours d'accord [...] lorsque j'arrive avec mes machines et mon fils que j'ai surnommé assistant, je jouais le rôle de maman et celui du photographe, les clients sont ébahis et croyez-moi j'en ai inspiré plusieurs grâce à mon savoir-faire et mon courage car il faut s'avouer qu'être une femme mariée noire exerçant le métier de photographe et être mère à temps plein n'est pas chose facile mais ce qui me motive le plus c'est le respect que je gagne des autres communautés et par-dessus tout la communauté québécoise. Je ressens toujours cette envie de vouloir évoluer pour prouver qu'on peut aller au-delà des limites qui nous ont été posées* ». Connaissant des situations comparables à celles d'E8, E3 partage son expérience : « *J'évolue dans un domaine qui est considéré comme un milieu fait pour les hommes. Lorsque je réalise des travaux pour certains clients et qu'il arrive qu'ils découvrent mon identité, ils sont étonnés et tentent toujours de faire un lien entre ma couleur de peau, mon identité de femme et mon travail, qu'ils trouvent très souvent impeccable. Mes travaux sont souvent faits à la main et je reçois beaucoup de commandes qui ne proviennent pas de*

personnes de ma communauté justement, et je suis assujetti à des situations qui me poussent parfois à me demander si la femme noire est réellement considérée comme un être humain, à cause de certaines réactions de mes clients. Toutefois, cela me pousse à toujours faire de mon mieux et à prouver que nous sommes des personnes habiles et capables de faire tout ce qu'une femme peut faire, peu importe sa couleur de peau ». Peu représentées dans certains secteurs d'emplois, à certains postes de direction ou encore dans certains réseaux, elles ne ménagent aucun effort pour atteindre leurs objectifs et font preuve d'une grande résilience pour affronter les préjugés et déconstruire les mythes associés aux personnes noires en général.

Figure 1 : Motivations extrinsèques et intrinsèques des femmes noires entrepreneures



Source : Construction de l'auteure

A travers les récits de nos participantes, on note la présence de plusieurs éléments qui constituent des facteurs de motivations entrepreneuriales.

Cette figure illustre les motivations extrinsèques (à gauche) et intrinsèques (à droite) des femmes noires à entreprendre au Québec. Toutefois il convient de souligner, comme le démontre la figure, qu'il existe des relations d'interdépendances entre certains facteurs motivationnels, comme cela a été souligné dans la première partie de l'étude. En effet, une entrepreneure peut se lancer en entrepreneuriat pour des raisons liées au manque de revenu, puis étant doté d'un savoir-faire dans un certain domaine, en profiterai pour faire valoir ses aptitudes et compétences. Certains éléments motivationnels exercent une influence sur d'autres, entraînant de ce fait une complexité de la dynamique dans le processus décisionnel des démarches entrepreneuriales chez les femmes noires entrepreneures.

3.4 Mobilisation des ressources

L'analyse des entretiens a permis d'identifier des stratégies de financement diverses et des stratégies de mobilisations de ressources pour mener à bien la gestion des projets entrepreneuriaux.

Crédit et Financement bancaire

Elles ne sont pas nombreuses à opter pour les prêts bancaires à cause des inégalités significatives en termes d'accès au crédit bancaire. En effet, selon une étude menée par Plano CDE, une entreprise spécialisée dans la recherche d'impact social, révèle que 32 % des femmes noires entrepreneures, se sont vu refuser des crédits bancaires sans explications fondées (da Silva Oliveira et al., 2023). Selon le cas de E2 : *« Pour obtenir un prêt à la banque, c'était compliqué et il fallait coûte que coûte prouver que j'avais une bonne cote de crédit pour pouvoir rembourser le prêt et beaucoup d'autres preuves à fournir que je considère comme étant injustifiées et c'est ce qui constituait mon problème majeur »*. En cherchant à contracter un prêt substantiel, E4 s'est retrouvée dans une situation similaire à celle de sa collègue entrepreneure et illustrant de ce fait les obstacles auxquels elles font face dans la quête de ressources financière, selon elle, : *« J'ai toujours eu l'écho qu'il était difficile en tant que femme noire d'obtenir des prêts à la banque, mais je n'ai pas voulu généraliser, donc je me suis dit que cela ne serait peut-être pas mon cas à moi. Après avoir tenté d'emprunter une somme à la banque, on me le refusait pour des raisons injustifiées, j'ai fini par emprunter à ma mère une forte somme pour pouvoir financer mon projet »*. La plupart des femmes qui ont eu recours à un prêt bancaire, estiment que les refus des institutions bancaires face à leurs emprunts seraient plutôt fondés sur la base d'une discrimination envers leur couleur de peau. À ce propos, E9 déclare avoir obtenu un financement de la part de la banque, néanmoins elle déclare que : *« cela n'aurait pas été le cas si mon mari québécois n'était pas intervenu, car lui est un cadre dans une des banques de la place »*. La majorité des femmes avec qui nous nous sommes entretenues, ont financé leur projet grâce à leur fond propre ou ont sollicité un prêt dans l'entourage familial.

Développement de réseaux et collaborations :

En dépit des accès aux crédits bancaires restreints au sein des institutions bancaires, les femmes entrepreneures ont plusieurs autres moyens de financer leurs projets entrepreneuriaux. Les réseaux d'entrepreneures créés au sein de leur communauté leur permettent de bénéficier d'une cagnotte communément appelée « tontine », cotisée par les membres du groupe et détenue généralement par la comptable du groupe, allant de 10.000 \$ à plus dépendamment de leur capacité à cotiser. La majorité d'entre elles participent à cette initiative, et selon E3 : « *il n'y a pas plus bénéfique, tu amasses une grosse somme sans pour autant payer d'intérêts* », et d'après E4 : « *ces tontines sont d'une très grande aide, car j'ai pu financer mon projet grâce à cela et j'ai même pu payer la scolarité de mon fils à l'université avec le restant de ma cagnotte* ». En outre, ces réseaux jouent un rôle tout aussi important dans l'acquisition des biens matériels à commercialiser. En réalité, au dire de E4 : « *c'est le meilleur moyen de soutenir les femmes noires, car tu peux obtenir tout ce dont tu as besoin si tu t'adresses à la bonne personne et si tu respectes les modalités de remboursement* ». Ces groupes d'entrepreneures communautaires favorisent les collaborations en développant des partenariats entre elles, un moyen efficace, selon E3 : « *de donner plus de visibilité à nos produits et d'obtenir une clientèle diversifiée* », mais aussi avec d'autres entreprises québécoises. Notre participante E12, partenaire d'affaire avec une entreprise au Québec, nous explique : « *j'ai rencontré la gérante de la boutique par hasard pendant qu'elle cherchait un des composants des produits qu'elle commercialisait. Lorsqu'elle s'est rendu compte que je faisais venir ces produits de base d'Afrique, elle s'est intéressée à cela, m'a ensuite donné sa carte pour qu'on échange sur une possibilité de partenariat et c'est comme ça que notre collaboration a débuté* ». Tout compte fait, les réseaux formés par ces femmes apportent les soutiens nécessaires au cursus entrepreneurial

des femmes noires au Québec qui s'étend sur l'ensemble du cycle de vie de leur entreprise, et cela grâce à l'esprit solidaire qui constitue le fondement du réseau et un bouclier face aux obstacles spécifiques rencontrés.

Formation et renforcement des compétences :

Les formations et le renforcement de compétences en entrepreneuriat sont cruciaux car cela permet aux entrepreneures d'acquérir des connaissances spécifiques dans leur domaine et assure ainsi leur capacité de gestion de leur entreprise. En effet, si beaucoup de femmes sont confrontées à un niveau de salaire faible en entreprise, à certaines situations discriminatoires, cela est parfois justifié par un niveau de compétences jugé insuffisant, limitant malheureusement leur progression professionnelle. Pour se démarquer des autres entrepreneures et ne pas limiter ses services à sa communauté, E8 fait « *preuve d'ouverture en améliorant mes compétences grâce aux formations en nouvelles technologies et techniques de photographie afin d'élargir mes opportunités* ». Ces développements de compétences permettent de créer davantage de valeurs, comme l'a expliqué E10 : « *C'est une obligation de se perfectionner dans le monde actuel, car la concurrence est rude. J'ai reperfectonné mon savoir-faire et mes aptitudes en pâtisserie et je suis consciente que c'est grâce à cela que j'ai pu obtenir des partenariats qui me rapportent beaucoup aujourd'hui* ». La notion de renforcement de compétences a émergé de manière très récurrente lorsqu'elles ont été interrogées à propos du sujet portant sur les suggestions à proposer à d'autres femmes entrepreneures. Selon E11 : « *le monde entrepreneurial est un monde risqué, ce qui veut dire qu'il est nécessaire de prendre ses devants et de s'assurer qu'on a tous les bagages*

nécessaires avec nous. On a des concurrents issus de plusieurs communautés, donc il faut bien apporter sa petite touche personnelle pour sortir du lot et se faire distinguer »

CHAPITRE 4 :

SYNTHÈSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS

Dans le cadre de cette étude qui avait pour objectif de connaître les motivations entrepreneuriales des femmes noires au Québec, nous allons procéder à une synthèse de nos résultats et discuter à partir des données que nous avons obtenues de nos entretiens. En nous basant sur les différents besoins de la théorie de la motivation (Aylwin, 1982; Louart, 2002), nous allons proposer notre contribution.

Tout d'abord une distinction a été mise en évidence entre deux générations de femmes entrepreneures concernant leurs intentions entrepreneuriales qui contrastaient, car, soit elles étaient âgées de plus de 50 ans et pratiquaient l'entrepreneuriat pour des raisons plutôt considérées comme des événements de vie troublants, tels que le veuvage ou les crises personnelles, ou alors, elles avaient moins de 50 ans et étaient plutôt motivées par une quête d'épanouissement ou même un accomplissement personnel (Neider 1987 cité par d'Andria et Gabarret, 2016). En effet, il apparaît que ces dernières sont animées par un désir altruiste de créer un environnement favorable pour leur famille et leur communauté au sens large et surtout conscientes de l'impact positif que leurs entreprises génèrent sur la société, créant ainsi un sentiment de motivation à créer une entreprise (McClelland et al., 2005). De plus, la catégorisation de groupes sociaux est vectrice d'un changement crucial, car visant à lutter

contre la discrimination raciale et l'exclusion sociale (da Silva Oliveira et al., 2023). Elles exercent le plus souvent dans le domaine du service à la clientèle ou dans le commerce au détail (Manolova et al., 2020), et dirigent des entreprises de petite taille à faible croissance, ayant un revenu modeste (Nsengimana, Iwu et Tengeh, 2017 cité par Constantinidis et al., 2022).

Nous savions d'ores et déjà que la littérature existante sur les femmes noires entrepreneures, bien que limitée, affirmait qu'elles étaient, pour la plupart du temps confrontées à des problèmes financiers causés par le chômage, des niveaux de salaire assez bas, des barrières linguistiques, et beaucoup d'autres raisons liées à l'aspect pécunier, qui les poussaient à entreprendre. En effet, nous avons vu à travers les récits littéraires que les femmes noires font face à des défis spécifiques que les autres entrepreneurs ne rencontrent pas et sont confrontées à un écart de revenus persistant (Jackson et Sanyal, 2019; Parvathy et Kumar, 2022), les poussant à adopter différentes techniques de financement. D'après Ojediran et al. (2022), l'identité sociale des femmes noires, liée à leur manque de capital, complexifie davantage les dynamiques socio-économiques et pourrait exercer une influence sur le soutien qu'elles reçoivent des communautés. Elles se lancent en entrepreneuriat pour des raisons qui diffèrent, mais pour la plupart du temps, c'est pour répondre aux inégalités auxquelles elles font face. C'est la raison pour laquelle nous les avons classés en deux groupes de femmes entrepreneures avec deux types de motivations distinctes : extrinsèques et intrinsèques. Certaines parmi nos entrepreneures, dont la plupart sont âgées entre 40 et 55 ans sont poussées à entreprendre pour des raisons externes tels que les emplois limités, les discriminations dans les lieux de travail et le besoin financier. Tandis que d'autres, qui sont âgées entre 24 et 35 ans, sont attirées par l'entrepreneuriat pour des raisons plutôt internes

tels que le désir d'épanouissement, la passion d'un domaine d'activité ou encore l'envie d'un accomplissement personnel et professionnel. Nous avons également une catégorie d'entrepreneures qui sont motivées par le désir de préserver une tradition familiale de la culture entrepreneuriale, qui selon Wyrwich (2013), sont plus susceptibles de s'engager dans le domaine entrepreneurial, ayant en plus beaucoup d'expérience dans le domaine. Selon da Silva Oliveira et al. (2023), l'entrepreneuriat émerge souvent des défis spécifiques auxquels sont confrontés certains groupes sociaux, notamment à cause de leur appartenance ethnique ou de leur genre. En ce sens, il est important de noter qu'un entrepreneur noir se déclare comme étant noir ou métisse, toutefois il n'est pas nécessaire que celui-ci crée une entreprise liée à la culture africaine (da Silva Oliveira et al., 2023).

Cependant, il est important de rappeler que les motivations que nous avons soulignées ne sont pas mutuellement exclusives. En d'autres termes, qu'une entrepreneure soit initialement motivée à entreprendre par passion, n'empêche pas la présence d'un besoin de sécurité financière et de sa contribution aux démarches de la création d'entreprise, d'où l'importance de la hiérarchisation des besoins. En accord avec Albert et Lazzari Dodeler (2020), les entrepreneures peuvent se lancer par opportunité et en même temps par nécessité, prouvant ainsi la complexité des motivations entrepreneuriales. En outre, il arrive initialement qu'une motivation extrinsèque telle que le plafond de verre devienne une occasion pour certaines de nos participantes d'exploiter le potentiel en elles et d'entreprendre, ce qui est considéré comme une motivation intrinsèque. De ce fait, il arrive qu'un chevauchement des facteurs motivationnels externes et internes survienne simultanément ou qu'il se développe au fil du temps, illustrant ainsi la nature dynamique des motivations entrepreneuriales.

Il est vrai, que la mobilisation de ressources est importante et est un élément essentiel. Il n'en demeure pas moins qu'un projet sans avoir une bonne identité entrepreneuriale, pas assez de biens et services dans une zone, ni les compétences et aptitudes adaptées, connaîtra peu de succès. Les études antérieures mettaient beaucoup plus en lumière les difficultés financières rencontrées par les femmes noires dans la société québécoise, ou alors se focalisaient sur l'intersectionnalité raciale (Bourque et Maillé, 2015; Chbat et Rouleau, 2016; Gervais et Buetti, 2016).

Notre recherche met de ce fait en lumière, les capacités entrepreneuriales des femmes noires dans la société et révèle également la facette résiliente de ces dernières face aux barrières structurelles et institutionnelles. Dans un marché concurrentiel, il est nécessaire pour les femmes noires de se créer une bonne identité entrepreneuriale et de s'imposer. C'est la raison pour laquelle elles intègrent les nouvelles technologies, ainsi que les médias sociaux pour combler les besoins de leur communauté, ainsi que celles de la société (Heizmann et Liu, 2022). Elles s'adaptent aux réseaux sociaux et ont adopté les plateformes numériques pour mettre en valeur leur produit en donnant plus de visibilité et diversifier leur clientèle. Il faut reconnaître que les réseaux sociaux exercent une influence significative sur les motivations entrepreneuriales des femmes noires, car ils offrent un canal de commerce plus accessible, et facilitent les interactions avec leur clientèle. En sus, cela a favorisé la création des réseaux communautaires à travers lesquelles elles tissent des liens professionnels, font des collaborations et se soutiennent mutuellement. Les réseaux sociaux constituent également un moyen pour les femmes noires de contourner les discriminations et de surmonter des obstacles en leur offrant la possibilité de partager leur expertise tout en conservant leur identité.

Pour assurer une gestion efficace ainsi que la croissance de son entreprise, il est nécessaire d'avoir les ressources appropriées et les informations pertinentes dans l'environnement opérationnel. De ce fait, il est important d'intégrer des réseaux de soutiens, à travers lesquels les membres partagent les ressources, les expériences et les connaissances (Tchouwo, 2024). Ce point est un élément pertinent dans le domaine de l'entrepreneuriat car, il met en lumière les stratégies essentielles mis en place par les femmes entrepreneures noires pour la pérennité de leurs entreprises. Partageant des expériences et des défis communs, les femmes noires entrepreneures ont formé des réseaux à travers lesquels sont offerts :

- Des informations relatives aux tendances sur le marché, des opportunités d'affaires ainsi que des probables défis qui peuvent être rencontrés ;
- Des soutiens financiers à travers la mise en place de système de cotisations, qui leur permettent de financer leurs projets, ou qui pourront les assister en cas de difficulté financière ;
- Des possibilités de partenariats commerciaux qui favorisent une plus grande visibilité des services auprès de la clientèle.

En rejoignant ces réseaux, elles auront une plus grande facilité à accéder à un écosystème entrepreneurial plus inclusif et bénéfique, arriveront à mieux surmonter les obstacles et surtout connaîtront un probable succès entrepreneurial sur un long terme (Fongang, 2023).

Toutefois, il faut reconnaître que ces réseaux de femmes entrepreneures exclusivement communautaires présentent parfois des limites telles qu'un accès restreint aux opportunités plus larges dans le monde des affaires, un risque de s'isoler des autres communautés et des

réseaux professionnels ou encore une restriction à l'accès à une clientèle plus large et diversifiée (Saba et al., 2021).

En effet, nous reconnaissons qu'elles sont souvent confrontées à un rejet ou subissent une marginalisation dans la société. C'est ce qui les a poussés à se regrouper entre elles et à créer un réseau afin de surmonter les défis et de créer un environnement plus propice et favorable à leurs affaires. Cependant, bien que cela soit bénéfique à certains égards, cela pourrait les amener à s'éloigner de leur objectif principal, qui est d'avoir un impact social et économique. Cela pourrait également limiter la croissance et l'expansion de leur entreprise ou perpétuer encore plus les stéréotypes à leur égard.

L'entrepreneuriat des femmes noires dans la province du Québec revêt une grande importance pour le développement économique et sociale de la région. À travers l'introduction de nouvelles perspectives entrepreneuriales telles que la mise en place de solutions créatives face aux défis et manque du marché, ou encore l'apport d'une diversité dans la sphère entrepreneuriale, elles jouent un rôle crucial dans la création d'emplois et le renforcement des communautés locales. De plus, leur émancipation crée un effet positif et influence d'autres femmes à se lancer en action.

La combinaison de leur savoir-faire, ainsi que de la technologie, leur a facilité leur insertion dans le marché, de faire voyager leurs produits au-delà des frontières et surtout de dévier les barrières traditionnelles. Leur impact social, souvent significatif, leur a permis d'aborder des problèmes plutôt spécifiques à leur communauté, favorisant ainsi l'inclusion et l'équité de cette dernière au sein de la région.

Néanmoins, force est de reconnaître que des limites se présentent à notre étude. En effet, le caractère exploratoire et inductif de notre étude ne permet pas de généraliser et de tirer des conclusions universelles qui peuvent être appliquées dans d'autres contextes.

Cela étant, notre étude porte sur les femmes noires entrepreneures du Québec, cependant les participantes sélectionnées ne proviennent pas de toutes les villes de la région en raison de la taille de la province. De ce fait, il convient d'enrichir davantage les études tout en effectuant une représentation plus équilibrée des villes qui se situent dans la zone géographique. La deuxième limite rencontrée se réfère à notre échantillonnage qui ne garantit pas la représentativité de la population féminine entrepreneure noire au Québec.

Néanmoins, notre recherche a enrichi la littérature en mettant en lumière les expériences vécues par une population sous représentée dans une zone géographique et d'identifier également les obstacles spécifiques qu'elles côtoient au quotidien, permettant de ce fait de fournir des politiques plus adaptées à leur situation. De plus, cette étude a mis en avant des modèles de réussite qui ne se limitent pas uniquement à obtenir des bénéfices, mais qui intègrent également leur savoir-faire et leurs valeurs culturelles. Les résultats que nous avons obtenus contribuent à la promotion de modèles de réussite autant pour les femmes noires qui souhaitent se lancer en entrepreneuriat mais également aux autres communautés de la province, mais aussi permet d'améliorer les structures de soutiens pour les entrepreneures racisées. En ce sens, il serait intéressant de mener des pistes de recherche futures sur l'adaptabilité des programmes de soutiens aux femmes entrepreneures noires au Québec.

CONCLUSION

L'étude que nous avons effectuée nous a permis de comprendre les motivations entrepreneuriales des femmes noires dans la société québécoise. Les différents concepts et théories évoqués dans le premier chapitre constituent la base sur laquelle nous avons pu analyser les principales motivations qui animent les femmes noires à entreprendre au Québec. Les concepts d'entrepreneuriat d'opportunité et de nécessité ont facilité l'identification des facteurs qui poussent ou attirent la femme noire dans le domaine entrepreneurial au sein de la province. En outre, la théorie de la résilience s'est avérée très pertinente pour comprendre la persévérance des femmes noires entrepreneures malgré les défis rencontrés.

Selon les faits qui ont été relatés, l'autonomisation financière n'est pas tâche facile pour les femmes issues des minorités dans le sens où celles-ci rencontrent des situations qui sont plutôt spécifiques à elles. Ce qui pourrait ralentir ou encore même décourager leurs intentions entrepreneuriales et restreindre encore plus leur chance de s'intégrer et d'évoluer dans le marché québécois. Les femmes en général ont toujours été confrontées à des barrières systémiques, toutefois les difficultés sont encore plus accentuées lorsqu'il s'agit des femmes noires. Ces obstacles constituent une des raisons majeures de leurs créations d'entreprises et les ont poussés à s'imposer d'une manière ou d'une autre dans le marché québécois.

En nous intéressant aux origines de l'entrepreneuriat des femmes noires, les études antérieures révèlent que celles-ci se lançaient pour des raisons principalement financières ou

pour une question de nécessité. Toutefois, nous avons remarqué depuis quelques années, une forte émergence de femmes entrepreneures noires, et ces dernières se sont lancées pour plusieurs raisons. En effet, auparavant, elles effectuaient, pour la majorité d'entre elles, de la vente au détail car, c'était la voie la plus facile selon elles, de s'en sortir financièrement et de répondre aux besoins de la communauté. Cependant, cette tendance n'est plus à la mode pour les femmes noires beaucoup plus âgées et mères de famille.

Pour le cas des jeunes femmes, on note une rupture des habitudes et des barrières à travers leurs créations d'entreprises et de productions de biens et services plus ouvert aux autres communautés. En effet, on remarque que ces dernières, ne se laissent pas limiter par les stéréotypes et les préjugés que la communauté blanche a à l'égard de leur race ou communauté. Elles sont plutôt motivées par leur passion, s'inspirent des différences de cultures pour créer de liens, montrent d'autres facettes des femmes noires et surtout mettent en valeur leur savoir-faire et le caractère innovateur des femmes noires. Elles participent activement à la croissance économique du Québec et jouent un rôle important dans les diversifications des biens et services dans le marché.

En outre, elles deviennent une source de motivation en impactant d'autres femmes, et créant ainsi une nouvelle génération de femmes d'affaires capables de surmonter les obstacles et d'apporter leur touche d'innovation de créativité au sein de la sphère entrepreneuriale.

Les résultats de cette recherche ont permis une meilleure compréhension des différents éléments déclencheurs de la motivation chez les femmes noires entrepreneures au Québec. En outre, cette étude met en lumière la facette créative des femmes noires dans le domaine

entrepreneurial, et permet d'avoir une approche différente de celle qui est traditionnellement liée à l'aspect pécunier.

Toutefois, malgré leur impact économique et social, il est nécessaire de prendre en considération les difficultés d'accès aux services de soutiens financiers et aux discriminations systémiques, car elles constituent un potentiel économique important et peuvent apporter des changements considérables dans la culture entrepreneuriale québécoise. En ce sens, il est nécessaire de comprendre les différentes motivations qui animent ces femmes et d'appréhender les expériences diverses afin que des politiques d'intégration puissent être renforcées, que des programmes de sensibilisations auprès des employeurs et de la société soient établis, et surtout de montrer les avantages liés à la diversité culturelle et d'assurer un environnement social et de travail favorable à tous.

Bibliographie

- A. Nakara, W. et Fayolle, A. (2012). Les «bad» pratiques d'accompagnement à la création d'entreprise: Le cas des entrepreneurs par nécessité. *Revue française de gestion*, (9), 231-251.
- Abate, A. (2021). La Covid-19 : une opportunité d'affaires pour le secteur informel en Afrique ? *Revue internationale P.M.E.*, 34(3-4), 145-166.
<https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1084338ar>
- Adjamagbo, A., Gastineau, B. et Kpadonou, N. (2016). Travail-famille : un défi pour les femmes à Cotonou. *Recherches féministes*, 29(2), 17-41.
<https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1038719ar>
- Albert, M.-N. et Lazzari Dodeler, N. (2020). L'entrepreneuriat immigrant de nécessité au sein d'une région où il n'existe pas d'enclaves ethniques. *Projectics/Proyèctica/Projectique*, (1), 107-130.
- Allam, Y., Habachi, M. et Tabit, Y. (2024). Théories motivationnelles de contenu & Théories motivationnelles de processus. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 5(5), 247-258.
- Allen, W. D. et Curington, W. P. (2014). The self-employment of men and women: What are their motivations? *Journal of Labor Research*, 35, 143-161.
- Aly, M., Audretsch, D. B. et Grimm, H. (2021). Emotional skills for entrepreneurial success: the promise of entrepreneurship education and policy. *The Journal of Technology Transfer*, 46(5), 1611-1629.
- Aubin-Auger, I., Mercier, A., Baumann, L., Lehr-Drylewicz, A.-M., Imbert, P. et Letrilliart, L. (2008). Introduction à la recherche qualitative. *Exercer*, 84(19), 142-145.
- Aylwin, U. (1982). Les théories de la motivation. *Prospectives*, vol. 18, no 1/2, février/avril 1982, p. 68-76.

- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, leisure, sport and tourism network*, 1(1), 1-14.
- Barrachina Fernández, M., García-Centeno, M. d. C. et Calderón Patier, C. (2021). Women sustainable entrepreneurship: Review and research agenda. *Sustainability*, 13(21), 12047.
- Beaucage, A., Laplante, N. et Légaré, R. (2004). Le passage au travail autonome : choix imposé ou choix qui s'impose ? *Relations industrielles / Industrial Relations*, 59(2), 345-378. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/009545ar>
- Beddi, H., Fadil, N. et Saadaoui, K. (2018). Entrepreneuriat féminin et développement international : étude de trois cas. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 22(3), 12-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1060890ar>
- Belattaf, M. et Nasroun, N. (2013). Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise: cas de Béjaïa. *Management & sciences sociales*, (1), 83-98.
- Benhaddouch, M. et El Fathaoui, H. (2022). Paradigmes épistémologiques et choix méthodologiques en science de gestion: Revue de littérature. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 3(5).
- Bernard, M.-J. et Barbosa, S. D. (2016). Résilience et entrepreneuriat: Une approche dynamique et biographique de l'acte d'entreprendre. *M@n@gement*, 19(2), 89-123.
- Bernard, M.-J. et Dubard Barbosa, S. (2016). Résilience et entrepreneuriat: Une approche dynamique et biographique de l'acte d'entreprendre. *M@n@gement*, (2), 89-123.
- Bon, V. et Van Der Yeught, C. (2018). L'entrepreneur responsable en développement durable : un cadre conceptuel intégrateur. *Revue internationale P.M.E.*, 31(2), 127-160. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1049964ar>
- Bouhadjeb, A. et Lachachi Tabet, W. (2022). Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin Motivation and obstacles to women's Entrepreneurship. *Al Bashaer Economic Journal*, 8(1).
- Bourque, D. et Maillé, C. (2015). Actualité de l'intersectionnalité dans la recherche féministe au Québec et dans la francophonie canadienne. *Recherches féministes*, 28(2), 1-8.

- Bousmah, I. (2021). *L'entrepreneuriat au Canada rural: Motivé par la nécessité ou l'opportunité?* Innovation, sciences et développement économique Canada= Innovation, Science
- Brenner, G. A. et Filion, L. J. (2003). Créations d'entreprises et promotion sociale: entrepreneurs ethniques et chômage. Le cas du Canada. *Cahier de recherche no*, 09.
- Brière, S., Auclair, I. et Tremblay, M. (2017). Soutenir les femmes entrepreneures en contexte africain : vers une nouvelle approche dynamique et collective. *Revue internationale P.M.E.*, 30(3-4), 69-97.
<https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1042661ar>
- Brière, S., Tremblay, M., Poroli, C. et Auclair, I. (2021). Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures : les femmes entrepreneures et les secteurs d'activité. *Revue Organisations & territoires*, 30(2), 65-75.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1522/revueot.v30n2.1350>
- Bühlmann, F. et Tettamanti, M. (2007). Le statut de l'approche qualitative dans des projets de recherche interdisciplinaires. *Recherche qualitative*.
- Carree, M. et Dejardin, M. (2020). Firm entry and exit in local markets: 'Market Pull' or 'Unemployment Push' Effects, or both? *International Review of Entrepreneurship*, 18(3), 371-386.
- Carrier, C., Pierre-André, J. et Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, 31(2), 36-50.
- Carrington, C. (2006). L'entrepreneuriat au féminin. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(2), 95-106. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593361>
- Carter, N., Brush, C., Greene, P., Gatewood, E. et Hart, M. (2003). Women entrepreneurs who break through to equity financing: the influence of human, social and financial capital. *Venture Capital: an international journal of entrepreneurial finance*, 5(1), 1-28.
- Carter, S. et Rosa, P. (1998). Indigenous rural firms: farm enterprises in the UK. *International Small Business Journal*, 16(4), 15-27.
- Chbat, M. et Rouleau, J. (2016). Incarner l'intersectionnalité dans la pratique et dans la théorie. *Minorités lisibles*, (2), 1-2.

- Chhabra, M., Gera, R., Hassan, R. et Hasan, S. (2020). An exploratory study of cognitive, social and normative dimensions of female entrepreneurship within transition economies: Evidence from India and Vietnam. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14(4), 1012-1042.
- Chindji, M. et Eloge, D. (2024). Migration rurale et développement socio-économique à MOUNDOU (TCHAD). *Espace Géographique et Société Marocaine*, 1(93).
- Cisneros, L., Genin, É. et Saba, T. (2020). L'escalier de glace : la dure ascension des femmes. *Gestion*, 45(1), 64-67. <https://doi.org/10.3917/riges.451.0064>
- Clément, L. (2022). Une éthique du care dans le soutien à l'entrepreneuriat en quartier prioritaire? Dans. 58ème colloque de l'ASRDLF «Transitions, gouvernance territoriale et solidarités».
- Cody, N. M. (2017). Transforming inequality into opportunity: race, gender and the making of women entrepreneurs.
- Constantinidis, C., Lebègue, T. et Poroli, C. (2022). L'entrepreneuriat des femmes en contextes de crise. *Revue internationale P.M.E.*, 35(3-4), 7-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1095580ar>
- Corbeil, C. et Marchand 1, I. (2006). Penser l'intervention féministe à l'aune de l'approche intersectionnelle: défis et enjeux. *Nouvelles pratiques sociales*, 19(1), 40-57.
- Coster, M. (2003). Entrepreneur et entrepreneuriat. *Cadres et entrepreneuriat*, 7.
- Cukier, W. et Hassannezhad Chavoushi, Z. (2020). Facilitating women entrepreneurship in Canada: the case of WEKH. *Gender in Management: An International Journal*, 35(3), 303-318. <https://doi.org/10.1108/GM-11-2019-0204>
- 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.
- da Silva Oliveira, S. L., Pavan, N. I. V. F., Tosta, K. C. B. T. et Tosta, H. T. (2023). Black women and the entrepreneurial professional building process. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 17(4), 1-15.

- Dana, L.-P., Chhabra, M. et Agarwal, M. (2024). A two-decade history of women's entrepreneurship research trajectories in developing economies context: perspectives from India. *Journal of Management History*, 30(1), 6-28.
- Dargis, V. (2021). Portrait de l'entrepreneuriat féminin en contexte de pandémie. *Revue Organisations & territoires*, 30(2), 83-84.
- Dauphiné, A. et Provitolo, D. (2007). La résilience : un concept pour la gestion des risques. *Annales de géographie*, 654(2), 115-125. <https://doi.org/10.3917/ag.654.0115>
- Davidsson, P. et Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic psychology*, 18(2-3), 179-199.
- Degeorge, J.-M. et Messeghem, K. (2016). Poursuite d'opportunité entrepreneuriale et modes de management. *Finance Contrôle Stratégie*, (19-2).
- Demaizière, F. et Narcy-Combes, J.-P. (2007). Du positionnement épistémologique aux données de terrain. *Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle*, 4(4).
- Driouch, S. et Erraoui, E. H. (2020). Entrepreneuriat coopératif et innovation sociale: Etude des aspects innovants des coopératives de la préfecture d'Agadir Ida Outanane. *Repères et Perspectives Economiques*, 4(2).
- Dure, E. (2021). Black women are the fastest growing group of entrepreneurs. But the job isn't easy. <https://www.jpmorgan.com/insights/business/business-planning/black-women-are-the-fastest-growing-group-of-entrepreneurs-but-the-job-isnt-easy>.
- Estay, C., Durrieu, F. et Diop, P. M. (2011). Motivation entrepreneuriale et logique d'action du créateur. *Revue internationale PME*, 24(1), 135-165.
- Fall, M. et Jacquemot, P. (2023). L'autonomisation des femmes, une réponse à l'insécurité alimentaire en Afrique ? *Afrique contemporaine*, N° 275(1), 9-38. <https://doi.org/10.3917/afco1.275.0009>
- Farvardin, N. (2021). *MORE WOMEN IN BUSINESS: A participatory approach to empower women entrepreneurs* [Emily Carr University of Art and Design].
- Fayolle, A. (2010). Nécessité et opportunité: les «attracteurs étranges» de l'entrepreneuriat. *Pour*, (1), 33-38.

- Fenneteau, H. (2015). *Enquête: entretien et questionnaire-3e édition*. Dunod.
- Fenouillet, F. (2023). *Les théories de la motivation-2e éd.* Dunod.
- Filion, L. J., Brenner, G. A., Dionne, L. et Menzies, T. V. (2007). L'identification d'une occasion d'affaires en contexte d'entrepreneuriat ethnique. *Revue internationale PME*, 20(2), 33-57.
- Fimbry, M. (2011) Femmes, noires, entrepreneures et déterminées à percer. article. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1761916/femme-noire-entrepreneure-africaine-haitienne-produits-beaute-alimentation>
- Fongang, H. T. (2023). *L'Influence des services d'accompagnement et de financement dans la performance des femmes entrepreneures issues de la diversité au Québec* [HEC Montréal].
- Fortin, P.-A. (1992). *Devenez entrepreneur: pour un Québec plus entrepreneurial*. Presses Université Laval.
- Gervais, M.-H. et Buetti, D. (2016). Femmes immigrantes et intersectionnalité: enjeux méthodologiques pour la recherche en santé au Canada. *Minorités lisibles*, 1(2).
- Giacomin 1, O., Janssen, F. et Guyot, J.-L. (2016). Entrepreneurs de nécessité et d'opportunité: quels comportements durant la phase de création? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15(3), 181-204.
- Gomez, C., Perera, B. Y., Weisinger, J. Y., Tobey, D. H. et Zinsmeister-Teeters, T. (2015). The impact of immigrant entrepreneurs' social capital related motivations. *New England Journal of Entrepreneurship*, 18(2), 19-30.
- Grégoire-Gauthier, A. (2020). Vers une contextualisation de l'entrepreneuriat: Typologie de la division du travail familial et du rapport à l'entreprise des femmes immigrantes entrepreneures à Québec. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 19(3), 49-72.
- Heizmann, H. et Liu, H. (2022). "Bloody Wonder Woman!": Identity performances of elite women entrepreneurs on Instagram. *Human Relations*, 75(3), 411-440.
- Hyppolite, I. (2012). Contribution au développement socioéconomique de la région d'Edmonton par les femmes africaines noires francophones immigrées entre 2000 et

2006. *International Journal of Canadian Studies / Revue internationale d'études canadiennes*, (45-46), 239-259. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1009905ar>

- Ilyes, M. et Ali, R. (2020). ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION EN ALGÉRIE: UNE ANALYSE À PARTIR DU CAS DE LA WILAYA DE BOUIRA. *Journal of Economic Sciences, Management & Commercial Sciences (JESMCS)*, 13(2).
- Imbert, G. (2010). L'entretien semi-directif : à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie. *Recherche en soins infirmiers*, 102(3), 23-34. <https://doi.org/10.3917/rsi.102.0023>
- Jackson, T. M. et Sanyal, P. (2019). Struggles and strategies of Black women business owners in the US. *Journal of Business Anthropology*, 8(2), 228-249.
- Jebari, A., Doctorante, C. et Belkheiri, O. (2023a). LES PRATIQUES RH ENTRE MOTIVATION ET SATISFACTION: UNE ANALYSE SOUS LE PRISME DES THEORIES DE CONTENU. *Comité scientifique*, 147.
- Jebari, A., Doctorante, C. et Belkheiri, O. (2023b). Les pratiques rh entre motivation et satisfaction: une analyse sous le prisme des theories de contenu. *Comité scientifique*, 147.
- Joseph, J. et McKenzie, A. I. (2022). Black women coaches in community: Promising practices for mentorship in Canada. *Frontiers in Sports and Active Living*, 4, 884239.
- Julien, P.-A. et Schmitt, C. (2008). Pour une vision renouvelée des pratiques de l'entrepreneuriat. Dans C. Schmitt, *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, 15-34.
- Kalogiannidis, S. (2020). Covid impact on small business. *International Journal of Social Science and Economics Invention*, 6(12), 387-391.
- Kariv, D. (2011). Entrepreneurial orientations of women business founders from a push/pull perspective: Canadians versus non-Canadians—A multinational assessment. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 24(3), 397-425.
- Knight, M. (2012). For us by us (FUBU): The politicized space of Black women's entrepreneurship in Canada. *Southern Journal of Canadian Studies*, 5(1).

- Knight, M. (2016). Race-ing, classing and gendering racialized women's participation in entrepreneurship. *Gender, work & organization*, 23(3), 310-327.
- Knight, M. et Rodgers, K. (2012). "The Government Is Operationalizing Neo-liberalism": Women's Organizations, Status of Women Canada, and the Struggle for Progressive Social Change in Canada. *NORA-Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 20(4), 266-282.
- Krief, N. et Zardet, V. (2013). Analyse de données qualitatives et recherche-intervention. *Recherches en sciences de gestion*, (2), 211-237.
- Laufer, J. (1997). Travail, carrieres et organisations du constat des inegalites ala production de l'egalite.
- Le Capitaine, C. (2022). *D'invisibles à héroïnes: Élever la voix des femmes pour un monde meilleur*. Editions JFD.
- Lebègue, T. (2015). L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures: Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 14(2), 109-138.
- Lebègue, T. et Constantinidis, C. (2016). Chapitre 21. L'entrepreneuriat féminin. Dans *Entreprendre* (p. 395-415). De Boeck Supérieur.
- Lee-Gosselin, H. et Grisé, J. (1990). Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. *Journal of business ethics*, 9, 423-433.
- Lévy-Leboyer, C. (2006). La motivation au travail. *Modèles et stratégies*, 3.
- Lewis, L. M. (2023). *Understanding the Role of Authenticity in the Black Women Entrepreneurial Experience: A Qualitative Study* [Adler University].
- Louart, P. (2002). Maslow, Herzberg et les théories du contenu motivationnel. *Les cahiers de la recherche*, 18.
- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F. et Elam, A. (2020). <? covid19?> Pivoting to stay the course: How women entrepreneurs take advantage of opportunities created by the COVID-19 pandemic. *International Small Business Journal*, 38(6), 481-491.

- Marchand, C. M. e. R. (2021). *L'INDICE 2021: LE NOUVEAU VISAGE DES ENTREPRENEUR(E)S QUÉBÉCOIS(ES)*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://indiceentrepreneurialqc.com/wp-content/uploads/2022/04/INDICE_ENTREPRENEURIAL_2021_VF_FLegal.pdf
- Marchand, R., Chirita, G., Ibanescu, M., Dejardin, M. et Luc, S. (2015). *Entreprendre: partout pareil au Québec? Indice entrepreneurial québécois 2015*.
- Marlow, S. et Patton, D. (2005). All credit to men? *Entrepreneurship, finance, and gender. Entrepreneurship theory and practice*, 29(6), 717-735.
- Maslow, A. (2021). *L'accomplissement de soi: de la motivation à la plénitude*. Editions Eyrolles.
- Masurel, E., Nijkamp, P., Tastan, M. et Vindigni, G. (2002). Motivations and performance conditions for ethnic entrepreneurship. *Growth and Change*, 33(2), 238-260.
- Matharu, S. K., Changle, R. et Chowdhury, A. (2016). A study of motivational factors of women entrepreneurs. *IUP Journal of Entrepreneurship Development*, 13(1), 33.
- McClelland, E., Swail, J., Bell, J. et Ibbotson, P. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), 84-107.
- McMullen, J. S., Bagby, D. R. et Palich, L. E. (2008). Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(5), 875-895.
- Meghari Eps Benadda, R. (2024). De l'intention entrepreneuriale à l'acte entrepreneurial. *La Revue des Sciences Commerciales*, 23(2), 119-142.
- Menzies, T. V., Brenner, G. A. et Filion, L. J. (2003). *The double jeopardy of ethnic minority women entrepreneurs in Canada*. HEC Montréal [Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier].
- Michallet, B. (2009). Résilience : perspective historique, défis théoriques et enjeux cliniques. *Frontières*, 22(1-2), 10-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/045021ar>

- Miles, M. B. et Huberman, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. De Boeck Supérieur.
- Ministère de l'Économie de l'Innovation et de l'Énergie. (2022). *Portrait de l'entrepreneuriat au Québec*. <https://www.economie.gouv.qc.ca/bibliotheques/etudes-et-analyses/analyses-sur-lentrepreneuriat-et-les-pme/portrait-de-lentrepreneuriat-au-quebec>
- Mishra, C. S. et Zachary, R. K. (2015). The theory of entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal* 5(4), 251-268. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/erj-2015-0042>
- Mitis en Affaires. (2022). Les femmes et l'entrepreneuriat. <https://www.mitisenaffaires.ca/2022/03/08/les-femmes-et-l-entrepreneuriat/>
- Moumene, L. (2020). Représentation des paradigmes de l'entrepreneuriat. 2(6), 391-397.
- Nagels, M. (2022). Les méthodes mixtes, une perspective pragmatique en recherche. *Traité de méthodologie de la recherche en Sciences de l'éducation et de la formation. Enquêter dans les métiers de l'humain*.
- Namululi, N., Bagaoui, R. et Hemedzo, K. (2018). Analyse intersectionnelle des défis et enjeux des inégalités sociales sur le marché du travail : l'expérience de vingt femmes congolaises résidant au Québec et en Ontario. *Reflets*, 24(1), 98-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1051522ar>
- NG, E., SULTANA, A., WILSON, K., BLANCHETTE, S. et WIJESINGHA, R. (2021). Bâtir des lieux de travail inclusifs.
- Nodirovna, M. S. (2023). Foreign Experience in Supporting Entrepreneurship and Business Activity of Women. *Web of Synergy: International Interdisciplinary Research Journal*, 2(5), 654-665.
- Nodirovna, M. S. et Hakim o'g'li, N. B. (2024). Importance of Entrepreneurship Development in Uzbekistan. *Journal of Innovation in Education and Social Research*, 2(3), 221-223.
- Noor, S., Isa, F. M. et Nor, L. M. (2021). Women empowerment through women entrepreneurship: a comparison between women entrepreneurs and fulltime

- housewife in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Management Studies (Formerly known as Iranian Journal of Management Studies)*, 14(2), 347-363.
- Ojediran, O., Discua Cruz, A. et Anderson, A. (2022). Identities and the pursuit of legitimacy: A study of black women wine industry entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(8), 2182-2207.
- Ojong, N., Simba, A. et Dana, L.-P. (2021). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. *Journal of Business Research*, 132, 233-248.
- Paillé, P. et Mucchielli, A. (2012). Chapitre 11-L'analyse thématique. *Collection U*, 231-314.
- Paquin, F. (2021). L'entrepreneuriat féminin: du démarrage de l'entreprise à l'opération effective, quels facteurs expliquent l'aboutissement des démarches entrepreneuriales chez les femmes au Québec?
- Parvathy, V. K. et Kumar, J. (2022). Financial capability and financial wellbeing of women in community-based organizations: mediating role of decision-making ability. *Managerial Finance*, 48(9/10), 1513-1529. <https://doi.org/10.1108/mf-05-2021-0234>
- Pécoud, A. (2004). Réseaux, ethnicité et institutions dans les économies immigrées. *Hommes & migrations*, 1250(1), 13-23.
- Phizacklea, A. et Ram, M. (1995). Ethnic entrepreneurship in comparative perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 1(1), 48-58.
- Pierre-André, J. e. et Lachance, e. R. (2006). L'entrepreneuriat régional encadré. Les cas du Centre-du-Québec et de la Mauricie. *Recherches sociographiques*, 47(3), 531-554. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/014657ar>
- Pierre, M. et Bosset, P. (2020). Racisme et discrimination systémiques dans le Québec contemporain : présentation du dossier. *Nouvelles pratiques sociales*, 31(2), 23-37. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1076643ar>
- Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat. (2021). État des lieux de l'entrepreneuriat féminin : Pleins feux sur les femmes entrepreneures noires. chrome-extension://efaidnbmnmbnibpcajpcgclefindmkaj/<https://wekh.ca/wp->

content/uploads/2021/02/Etat_des_lieux_de_l-entrepreneuriat_feminin_Entrepreneures_noires.pdf

- Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat. (2023). célébrer les femmes entrepreneures noire francophones. <https://wekh.ca/celebrer-les-femmes-entrepreneures-noires-francophones/?lang=fr>
- Prêteurs novateurs. (2021). Femmes entrepreneures et diversité. <https://leadinglenders.ca/preteursnovateurs/outils/femmes-entrepreneures-et-diversite/item/346-6-3-les-femmes-entrepreneures-noires>
- Prosper, M.-L. (2024). Empowering Black Women Entrepreneurs: A Call to Action for Women Executives. *Women of Influence*. <https://www.womenofinfluence.ca/2024/04/02/empowering-black-women-entrepreneurs-a-call-to-action-for-women-executives/>
- Raimi, L., Panait, M., Gigauri, I. et Apostu, S. A. (2023). Thematic review of motivational factors, types of uncertainty, and entrepreneurship strategies of transitional entrepreneurship among ethnic minorities, immigrants, and women entrepreneurs. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(2), 83.
- Ranabahu, N. et Tanima, F. A. (2022). Empowering vulnerable microfinance women through entrepreneurship: opportunities, challenges and the way forward. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(2), 145-166.
- Rigoni, I. (2010). Technologies de l'information et de la communication, migrations et nouvelles pratiques de communication. *Migrations Société*, 132(6), 31-46. <https://doi.org/10.3917/migra.132.0031>
- Rogers, S. S. (2022). *Successful black entrepreneurs: Hidden histories, inspirational stories, and extraordinary business achievements*. John Wiley & Sons.
- Saadi, A., Beye, A. et Liouaeddine, M. (2023). Evaluation d'impact du COVID-19 sur les entreprises informelles selon le genre: Une étude micro-économétrique appliquée au Sénégal. *Université Cheikh Anta Diop de Dakar*.
- Saba, T., Blanchette, S. et Kronfli, C. (2021). Soutenir l'entrepreneuriat et les PME: Un programme postpandémie pour les compétences et la formation.

- Sayarh, I. (2023). La motivation à l'entrepreneuriat: Théories de processus. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 4(2-1), 250-269.
- Schmitt, C., Husson, J., Nobile, D., Morua, J., Marin, A. et Majdouline, I. (2015). Les situations entrepreneuriales: Définition et intérêts pour la recherche en entrepreneuriat. *9e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Nantes, France, 20-22 Mai 2015*, 22.
- Scott, J. L. (1994). Afro-Caribbean women entrepreneurs: Barriers to self-employment in Toronto. *Canadian Woman Studies/les cahiers de la femme*.
- Skikra, A. et Echaoui, A. (2024). Exploration de la méthodologie de recherche en sciences de gestion: Fondements, paradigmes et démarche scientifique. *Alternatives Managériales Economiques*, 6(2), 643-659.
- Solesvik, M., Iakovleva, T. et Trifilova, A. (2019). Motivation of female entrepreneurs: a cross-national study. *Journal of Small Business and enterprise development*, 26(5), 684-705.
- Song-Naba, F. (2015). Les fondements ethniques de l'entrepreneuriat des femmes immigrées dans la restauration à Ouagadougou, Burkina Faso. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 14(2), 139-165. <https://doi.org/10.3917/entre.142.0139>
- Soulabail, Y. (2014). Le grand livre de l'entrepreneuriat. *La Revue des Sciences de Gestion: Direction et Gestion*, 49(266), 124.
- St-Jean, É. (2024). l'entrepreneuriat chez les jeunes du Québec: constats, défis et enjeux.
- Statistique canada. (2021). *Résultats sur le marché du travail des compagnons désignés comme minorités visibles*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/81-595-m/81-595-m2021005-fra.htm>
- Statistique canada. (2022). *Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat*. <https://ised-isde.canada.ca/site/strategie-femmes-entrepreneuriat/fr>
- Statistique Canada. (2024). *Le Mois de l'histoire des Noirs 2023... en chiffres*. https://www.statcan.gc.ca/fr/dai/smr08/2023/smr08_270

- Statistique Québec. (2024). Égalité et diversité-Entrepreneuriat. <https://statistique.quebec.ca/vitrine/developpement-durable/strategie-2023-2028/participation-de-tous/entrepreneuriat?onglet=faits-saillants-et-graphiques>
- Statistiques Canada. (2023). *Les propriétaires d'entreprises noires au Canada*. <https://www.doi.org/10.25318/11f0019m2023001-fra>
- Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat. (2011). *FONCEZ TOUT LE QUÉBEC VOUS ADMIRE !* chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.economie.gouv.qc.ca/finance-admin/contenu/publications/administratives/strategies/strategie_entrepreneuriat.pdf
- Tchouwo, C. T. (2024). Le réseautage ethnique des femmes entrepreneures immigrantes: le rôle des incubateurs spécialisés. *Entreprendre & Innover*, 62(4), 37-47.
- Thomas, R.-M. (2023). Miroir de la résilience: Reflets du rôle social des coiffeuses noires face au dévoilement de la violence conjugale par leurs clientes.
- Vardhan, J., Bohra, S., Abdullah, A., Thennarasu, K. et Jagannathan, S. K. (2020). Push or pull motivation? A study of migrant women entrepreneurs in UAE. *International Journal of Family Business and Regional Development*, 1(1), 8-24.
- Venne, J.-F. (2020a). Les femmes sortent de l'ombre. *Gestion*, 45(1), 52. <https://doi.org/10.3917/riges.451.0052>
- Venne, J.-F. (2020b). Un écosystème parallèle. *Gestion*, 45(1), 78-81. <https://doi.org/10.3917/riges.451.0078>
- Verstraete, T. (2001). Entrepreneuriat: modélisation du phénomène. *Revue de l'Entrepreneuriat/Review of Entrepreneurship*, 1(1), 5-23.
- Vinoy Vincent, T. et Kumar, M. S. (2019). Motivation: Meaning, definition, nature of motivation. *International Journal of Yogic, Human Movement and Sports Sciences*, 4(1), 483-484.
- Vrontis, D., El Chaarani, H., El Nemar, S., EL-Abiad, Z., Ali, R. et Trichina, E. (2022). The motivation behind an international entrepreneurial career after first employment experience. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(3), 654-675.

- Weeks, J. R. (2001). The face of women entrepreneurs: what we know today. *Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy*, 127-143.
- Wendy, C., Guang, Y. M., Zohreh, H. C., B, B. et Victoria, O. (2022, Mars 2022). État des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Canada 102. https://wekh.ca/wp-content/uploads/2022/03/WEKH_State_of_Womens_Entrepreneurship_in_Canada_2022-1.pdf
- Women Entrepreneurship Knowledge Hub. (2021). *Élevation: Une étude portant sur 700 femmes entrepreneures noires*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/06/BBPA_Elevation.pdf
- Wyrwich, M. (2013). *In the name of my parents: Entrepreneurship and the intergenerational transmission of values*.
- Yamamura, S. et Lassalle, P. (2021). Notions and practices of differences: an epilogue on the diversity of entrepreneurship and migration. Dans *Global migration, entrepreneurship and society* (p. 195-211). Emerald Publishing Limited.
- Yasir, N., Xie, R. et Zhang, J. (2022). The impact of personal values and attitude toward sustainable entrepreneurship on entrepreneurial intention to enhance sustainable development: empirical evidence from Pakistan. *Sustainability*, 14(11), 6792.
- Yen, G. B. D. (2022). Entrepreneuriat féminin et croissance économique: Cas du Cameroun. *Revue Internationale du Chercheur*, 3(2).
- Zogning, F. (2022). Déborah Cherenfant, stratège en entrepreneuriat féminin, Directrice régionale, Femmes entrepreneures pour le Québec et l'Atlantique, à la Banque TD. *Revue Organisations & territoires*, 31(1), 93-98. <https://doi.org/10.1522/revueot.v31n1.1450>
- Zoubida, O. et Rachid-sofiane, T. (2023). L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités: Profils, motivations et freins dévoilés. Female entrepreneurship in search of challenges and opportunities: Profiles, motivations, and barriers revealed. *Revue Algérienne d'Economie et gestion Vol*, 17(01).

ANNEXES

ANNEXE 1 : CERTIFICAT D'ÉTHIQUE

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

La présente atteste que le projet de recherche décrit ci-dessous a fait l'objet d'une évaluation en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains et qu'il satisfait aux exigences de la politique de l'UQAC en cette matière. De plus, à la lumière de l'évaluation faite, le projet rencontre les critères d'une recherche à risque minimal.

Le numéro du certificat est : 2025-1703

ANNEXE 2 : GUIDE D'ENTREVUE

Préambule

Bonjour madame,

Merci d'avoir accepté de participer à cet entretien qui porte sur les motivations entrepreneuriales des femmes noires au Québec. Comme je vous l'ai communiqué dans le formulaire d'information et de consentement, notre entrevue sera enregistrée afin que vos propos puissent être transcrits. Il n'y aura pas de bonnes ou de mauvaises réponses aux questions qui vous seront posées. Vous avez le droit d'interrompre la discussion, de critiquer le fil des questions, de demander des éclaircissements ou de mettre fin à l'entretien à tout moment.

L'enregistrement de la conversation démarre dès maintenant.

****Thème 0 : personnel et professionnel****

Informations personnelles

- 1. Quel est votre sexe ?**
 - **Homme**
 - **Femme**

- 2. Quel est votre genre ?**
 - **Homme**
 - **Femme**
 - **Non genré**
 - **Transgenre**

- 3. Quel est votre âge (années) ? :**

- 4. Langue parlée**

1. • Français,
2. • Anglais
3. • Autres (préciser) :

5. **Quelle est votre groupe ethnique ?**

- Africains :
- Afro-Caribéens
- Noirs nord-américains
- Noirs européens
- Afro-Latinos (individus d'ascendance africaine en provenance des pays d'Amérique latine, tels que le Brésil, la Colombie, Cuba, le Venezuela, etc.)
- Autres

6. **Temps passé au Canada**

1. • Né au Canada
2. • Plus de 10 ans :
3. • De 6 à 10 ans
4. • De 1 à 5 ans
5. • Moins d'un an

7. **Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé ?**

- a. N'a pas terminé l'école secondaire
- c. Diplôme d'études secondaires :
- d. Études collégiales
- e. Diplôme universitaire de premier cycle
- f. Diplôme universitaire de deuxième cycle (DESS, MA, MBA, MS, MSc)
- f. Diplôme universitaire de troisième cycle (Doctorat)
- g. Autre (veuillez préciser)

8. **Quel est votre état civil ?**

- Marié(e) :
- Célibataire
- Divorcé(e)
- Séparé(e)
- Autre (veuillez préciser)

9. Avez-vous des enfants ?

- **Oui :**
- **Non**

10. Si vous avez des enfants, combien ont moins de 18 ans ? :

12. Combien d'enfants à l'université soutenez-vous actuellement ?

13. Combien d'enfants vivent actuellement avec vous ? :

15. Dans quelle ville vivez-vous ? :

16. Dans quelle ville votre entreprise est-elle située/était-elle située ? :

17. Combien d'entreprises possédez-vous :

Informations sur l'entreprise

18. Quel est le nom de votre entreprise ? :

19. Dans quel secteur d'activité opère votre entreprise ? :

20. Quelle est l'année de création de votre entreprise ? :

21. Votre entreprise est-elle :

- Une entreprise individuelle :
- Une société par actions
- Autre (préciser)

22. Combien d'employés compte votre entreprise ?

- Aucun (entreprise individuelle)
- Moins de 10 :
- Entre 10 et 50
- Plus de 50

23. Dans quelle ville/région est située votre entreprise ? :

24. Quels sont les principaux produits/services offerts par votre entreprise ? :

25. Quelles sont vos principales sources de financement ?

- Fonds propres :
- Prêts bancaires :
- Investisseurs privés
- Subventions/programmes gouvernementaux
- Autre (préciser)

****Thème 1 : Motivations entrepreneuriales****

26. Quelles ont été les principales motivations lors du démarrage de cette entreprise ?
27. Quels sont les facteurs (passion, opportunité d'affaires, héritage familial) qui ont influencé votre choix entrepreneurial ?
28. Vous rappelez-vous d'une situation ou d'un événement particulier qui vous a poussé à entreprendre ?

****Thème 2 : Obstacles et Opportunités****

29. Quelles ont été les obstacles rencontrés en tant que femme noire évoluant au Québec ?
30. Est-ce que ces obstacles vous ont permis d'opérer des changements dans votre parcours entrepreneurial ?
31. Pensez-vous que votre identité peut avoir des impacts sur votre activité entrepreneuriale ?
32. Avez-vous des souvenirs où votre identité en tant que femme noire a été un facteur d'opportunité ou vous a porté préjudice dans vos relations professionnelles ?

****Thème 3 : Environnement social****

33. Quel est l'influence de votre identité en tant que femme noire sur votre parcours ?
34. À quel point pensez-vous avoir un impact sur la communauté et la société en tant qu'entrepreneure noire ?
35. Quelle stratégie adoptez-vous pour vous démarquer des autres entrepreneures en général ?
36. Quels conseils suggérez-vous aux femmes noires qui voudraient se lancer en entrepreneuriat ?

****Conclusion****

Bien, notre entretien tire à sa fin. Je vous remercie énormément d'avoir accepté de faire partie de mon étude et de m'avoir accordé de votre précieux temps, madame X. Avant de terminer, y a-t-il autre chose que vous souhaiteriez ajouter ou une question que vous aimeriez poser ? Je vous raccompagne vers la sortie et, si vous me le permettez, je garde de quoi noter/enregistrer à portée de main au cas où vous souhaiteriez ajouter quelque chose.

ANNEXE 3 : IDENTIFICATION DES CODES DES ENTREVUES

N°	CODES	PHRASE DE SENS
1	Chômage	« Je suis restée 5 mois sans revenus, je vivais au dépend de mes parents en attendant de trouver un travail et je n'étais pas la seule dans mon entourage à vivre cette situation, ce qui me faisait encore plus peur »
2	Besoins du marché	« En tant que femme d'origine africaine, et je pense bien que je ne suis pas la seule, j'ai constaté le manque de certains produits que nous utilisons chez nous »
3	Héritage et transmission de valeurs	« Mon père a toujours [...] À la fin de mes études, j'ai trouvé un emploi dans mon domaine et quelques mois plus tard, je me suis lancée dans la création de mon entreprise. Je suis issue d'une famille majoritairement entrepreneure, de ce fait, c'est un avantage, car je connais un peu le monde des affaires »
4	Flexibilité de l'emploi du temps	« C'était une évidence pour moi d'entreprendre. J'ai des compétences et je le sais depuis que je suis jeune [...] Pour une femme qui souhaite fonder sa famille, il n'y a pas mieux comme activité à exercer, car cela facilite la gestion de la famille et te permet d'avoir un emploi du temps flexible ».
5	Échange interculturelle	« J'ai ouvert mon salon de coiffure cela fait 15 ans de cela, je suis capable de faire différents modèles de coiffures, mais je propose souvent des modèles atypiques à la culture du Québec pour promouvoir les coiffures africaines au sein de la ville auprès de la communauté québécoise »
6	S'adapter à l'offre du marché	« Limiter des services dans sa communauté, il faut faire preuve d'une grande ouverture aux autres, intégrer de nouvelles techniques qui pourraient attirer la clientèle issue d'une autre

		communauté, cela motive les autres à s'intéresser à nous et à valoriser nos compétences »
7	Apport social	« Pour moi, c'est une obligation, c'est une nécessité d'avoir un impact dans la société et d'apporter son aide. C'est pourquoi j'œuvre souvent dans les soupers bénéfiques qui sont organisés pour aider des enfants ou encore acheter des dons aux plus défavorisés »
8	Briser les stéréotypes	« je demande souvent l'autorisation de venir avec mon assistant au travail, et ils sont toujours d'accord [...] lorsque j'arrive avec mes machines et mon fils que j'ai surnommé assistant, je jouais le rôle de maman et celui du photographe, les clients sont ébahis et croyez-moi j'en ai inspiré plusieurs grâce à mon savoir-faire et mon courage car il faut s'avouer qu'être une femme mariée noire exerçant le métier de photographe et être mère à temps plein n'est pas chose facile mais ce qui me motive le plus c'est le respect que je gagne des autres communautés et par-dessus tout la communauté québécoise. Je ressens toujours cette envie de vouloir évoluer pour prouver qu'on peut aller au-delà des limites qui nous ont été posées »
9	Difficulté de financement	« Pour obtenir un prêt à la banque, c'était compliqué et il fallait coûte que coûte prouver que j'avais une bonne cote de crédit pour pouvoir rembourser le prêt et beaucoup d'autres preuves à fournir que je considère comme étant injustifiées et c'est ce qui constituait mon problème majeur »
10	Soutien mutuel de la communauté	« Ces tontines sont d'une très grande aide, car j'ai pu financer mon projet grâce à cela et j'ai même pu payer la scolarité de mon fils à l'université avec le restant de ma cagnotte »

11	Brassage culturels	« J'ai rencontré la gérante de la boutique par hasard pendant qu'elle cherchait un des composants des produits qu'elle commercialisait. Lorsqu'elle s'est rendu compte que je faisais venir ces produits de base d'Afrique, elle s'est intéressée à cela, m'a ensuite donné sa carte pour qu'on échange sur une possibilité de partenariat et c'est comme ça que notre collaboration a débuté »
12	Résilience face aux obstacles financiers	« J'ai toujours eu l'écho qu'il était difficile en tant que femme noire d'obtenir des prêts à la banque, mais je n'ai pas voulu généraliser, donc je me suis dit que cela ne serait peut-être pas mon cas à moi. Après avoir tenté d'emprunter une somme à la banque, on me le refusait pour des raisons injustifiées, j'ai fini par emprunter à ma mère une forte somme pour pouvoir financer mon projet »
13	Adaptation aux changements	« Preuve d'ouverture en améliorant mes compétences grâce aux formations en nouvelles technologies et techniques de photographie afin d'élargir mes opportunités ».
15	Sentiment de discrimination	« Cela n'aurait pas été le cas si mon mari québécois n'était pas intervenu, car lui est un cadre dans une des banques de la place »
16	Savoir faire	« J'évolue dans un domaine qui est considéré comme un milieu fait pour les hommes. Lorsque je réalise des travaux pour certains clients et qu'il arrive qu'ils découvrent mon identité, ils sont étonnés et tentent toujours de faire un lien entre ma couleur de peau, mon identité de femme et mon travail, qu'ils trouvent très souvent impeccable. Mes travaux sont souvent faits à la main et je reçois beaucoup de commandes qui ne proviennent pas de personnes de ma communauté justement, et je suis assujetti à des situations qui me poussent parfois à me demander si la femme noire est réellement considérée comme un être

		<p>humain, à cause de certaines réactions de mes clients. Toutefois, cela me pousse à toujours faire de mon mieux et à prouver que nous sommes des personnes habiles et capables de faire tout ce qu'une femme peut faire, peu importe sa couleur de peau »</p>
--	--	---

