



MÉMOIRE

PRÉSENTÉ À

L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAITRISE EN GESTION DES ORGANISATIONS

PAR

Annie Doryse Chiédji Boni

**ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN AFRIQUE : SECTEUR DES NOUVELLES
TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (NTIC)**

ÉTÉ 2023

RÉSUMÉ

Longtemps perçue comme étant un mauvais élève en ce qui concerne la parité ou encore la promotion à l'emploi à l'égard des femmes, l'Afrique profite de nos jours non seulement du leadership, mais aussi de l'esprit d'initiative des femmes. En effet, selon le rapport de l'Institut McKinsey 2019 intitulé « Power of Parity Report: Advancing Women's Equality in Africa », l'égalité des sexes en Afrique est de 0,58%. Selon la Banque Mondiale 2019, les femmes sont les plus touchées par le taux de chômage en Afrique avec un taux de 6,7% en Afrique subsaharienne et un taux de 18,1% en Afrique du Nord et Moyen-Orient. Travailler pour leurs propres comptes leur permet donc de s'extraire du chômage, d'assurer une sécurité financière à leur famille et d'espérer une rémunération équitable. En 2022, la Banque Mondiale démontre qu'elles gagnent en moyenne 15 à 30 % de moins que les hommes, soit deux tiers des revenus des hommes entrepreneurs. Les femmes africaines sont pourtant devenues, un noyau fort de l'économie en Afrique. Elles sont souvent cantonnées dans le secteur informel, mais contribuent de façon importante aux revenus du ménage (Adjamagbo, Gastineau, & Kpadonou, 2016). Elles arrivent grâce à leurs activités rémunératrices à subvenir aux différentes charges familiales.

Aujourd'hui, à l'ère des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), les femmes se trouvent très présentes, dans presque tous les secteurs d'activités. Les NTIC sont présentées comme, un gage d'opportunités, de développement et de croissance économique d'un pays par les politiques gouvernementales et les organisations gouvernementales et non gouvernementales. Pourtant, l'accès des NTIC s'avère difficile, surtout pour les femmes.

La présente étude qui se déroule sur la base d'une méthodologie qualitative vise dans un premier temps à savoir et décrire quelle est la place qu'occupe l'entrepreneure africaine dans le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication de façon exploratoire. Dans un deuxième temps, de comprendre le système entrepreneurial féminin en Afrique et l'importance des nouvelles technologies dans l'entrepreneuriat féminin. Pour répondre à ces objectifs de recherche, nous nous appuyons sur une recension des écrits de plusieurs auteurs qui ont travaillé sur des thématiques similaires et sur la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) et le connectivisme (Duplâa & Talaat, 2011). Les résultats de cette étude obtenus par le biais des entrevues individuelles réalisées auprès de femmes entrepreneures africaines démontrent que les normes

sociales et ont un impact significatif sur les motivations et les décisions entrepreneuriales d'une femme.

Table des matières

| | |
|---|-----|
| RÉSUMÉ | II |
| LISTE DES TABLEAUX | VI |
| LISTE DES FIGURES | VII |
| REMERCIEMENTS | IX |
| INTRODUCTION ET PROBLÉMATIQUE | 1 |
| CHAPITRE 1 : | 8 |
| REVUE DE LA LITTÉRATURE | 8 |
| 1.1 L'ENTREPRENEURIAT | 8 |
| 1.1.1 Préambule de l'entrepreneuriat | 8 |
| 1.1.2 L'entrepreneuriat en Afrique | 9 |
| 1.1.2.1 Le succès de l'entrepreneuriat africain | 11 |
| 1.1.2.2 La culture africaine | 12 |
| 1.1.3 L'entrepreneuriat féminin en Afrique | 14 |
| 1.1.3.1 Les différents secteurs d'activité entrepreneuriale | 16 |
| 1.1.3.2 Les freins à l'entrepreneuriat féminin en Afrique | 19 |
| 1.2 LES NTIC (Nouvelles Technologies de l'information et la communication) | 23 |
| 1.2.1 Les NTIC en Afrique | 25 |
| 1.2.2 Impact des NTIC en Afrique | 25 |
| 1.2.3 Les femmes et les NTIC | 28 |
| 1.2.4 Les obstacles à l'accès des femmes africaines aux NTIC | 29 |
| CONCLUSION | 30 |
| CHAPITRE 2 | 31 |
| LE CADRE THÉORIQUE | 31 |
| 2.1 La théorie du comportement planifié | 32 |
| 2.2 La théorie du connectivisme | 33 |
| 2.3 La relation entre la théorie du comportement planifié et la théorie du connectivisme | 34 |
| CHAPITRE 3 | 37 |
| MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE | 37 |
| 3.1 Positionnement épistémologique | 37 |
| 3.2 Approche utilisée | 38 |
| 3.3 Méthode de collecte de donnée | 39 |

| | |
|--|-----------------------------|
| 3.4 L'intérêt d'un certificat d'éthique | 40 |
| 3.5 Échantillonnage | 41 |
| 3.6 Instrument de collecte de données | 42 |
| 3.7 Techniques d'analyse des données | 43 |
| CHAPITRE 4..... | 45 |
| ANALYSE DES DONNÉES ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS | 45 |
| 4.2. Les motivations entrepreneuriales de la femme africaine | 49 |
| 4.3. La fracture du genre | 56 |
| 4.4. Importance des NTIC | 61 |
| 4.5. Perspectives | 69 |
| CHAPITRE 5..... | 72 |
| SYNTHÈSE ET DISCUSSION..... | 72 |
| CONCLUSION | 82 |
| REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES | Erreur ! Signet non défini. |
| ANNEXES | 99 |
| ANNEXE 1 : GUIDE D'ENTREVUE | 100 |
| ANNEXE 2 : CERTIFICAT D'ÉTHIQUE | 104 |
| ANNEXE 3 : IDENTIFICATION DES CODES DES ENTREVUES..... | 105 |

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Nombre de chefs d'entreprises hommes et femmes en 2001 et 2019

Tableau 2 : Informations socioprofessionnelles des participantes interviewées

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : La théorie du comportement planifié

Figure 2 : Schématisation de la relation de la théorie du comportement planifié et la théorie du connectivisme

Figure 3 : Les étapes de collecte et d'analyse des données

Figure 4 : Schématisation des étapes de l'analyse thématique de contenu

LISTE DES ABRÉVIATIONS

ATDA : Assises de la Transformation Digitale en Afrique

IPM : Indice de Pauvreté Multidimensionnelle

ISU : Institut de statistique de l'UNESCO

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

OCDE : Organisation de Développement et de Coopération économiques

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PIB : Produit intérieur brut

TIC : Technologie de l'information et de la Communication

UNESCO : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

UNIDO : United Nations Industrial Development Organization

WETECH : Women in Entrepreneurship and Technology

WIA : Women in Africa

WWWF : World Wide Web Foundation

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui je voudrais témoigner toute ma gratitude.

Je voudrais exprimer d'abord ma reconnaissance à mes directrices de mémoire, madame Marie-Josée Drapeau et madame Salmata Ouedraogo. Je les remercie de m'avoir encadré, orienté, aidé, conseillé et surtout pour la grande patience qu'elles m'ont accordée.

Je tiens spécialement à remercier mes parents Boni Charles et Janine et mes frères Landry et Martial, pour leur confiance, leur soutien inconditionnel et leurs encouragements dans mon parcours.

Je désire aussi à dire merci à mes amis d'avoir été toujours là et de m'avoir aussi fait profiter de leur réseau pour aisément trouver mes intervenantes et des informations pour la rédaction de ce mémoire.

Un merci spécial à toutes ces intervenantes qui ont facilité la réalisation de ce mémoire.

INTRODUCTION ET PROBLÉMATIQUE

Depuis plusieurs années, le monde assiste à une politique visant à la promotion de l'entrepreneuriat. Cette promotion est persistante, car dans le paradigme de l'innovation, l'entrepreneuriat est source d'opportunités, d'exploitation des occasions, d'exploitation du capital humain qui constitue en lui-même un accroissement du développement économique (Attarça & Lassalle-de Salins, 2013; Lopez, Feige, & Bidi, 2016). Les institutions telles que la Banque Mondiale, l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et la Commission européenne ne sont pas restées en marge. Elles ont encouragé les pays à favoriser un environnement propice pour entreprendre et propager l'importance et l'impact de l'entrepreneuriat. Citons, par exemple, l'indice « Doing business » de la Banque Mondiale mis en place pour pouvoir mesurer la réglementation des affaires et son application effective dans 190 économies. Cet indice démontre que pour la troisième année consécutive en 2018, l'Afrique subsaharienne bat son propre record pour le nombre de réformes réglementaires facilitant les affaires. Cela est dû à plusieurs stratégies et politiques mises en place depuis des années pour promouvoir l'entrepreneuriat. En effet, on constate une forte médiatisation de l'entrepreneuriat depuis les années 1950 avec « Pas moins de 4 101 émissions ou sujets de Journal télévisé, consacrés aux entreprises et à l'entrepreneuriat en Afrique » (Larcher, 2021, p. 229).

Comme pour tout continent, mais encore plus pour l'Afrique, l'entrepreneuriat est considéré comme une clé essentielle pour le développement économique, puisqu'il

est créateur d'emploi, favorise la croissance économique, réduit le taux de pauvreté et favorise l'égalité des sexes (Capron, 2009; Florent Tasso, 2021; Larcher, 2021). Ces dernières décennies, une emphase est mise sur les femmes dans l'entrepreneuriat en Afrique, les agences et les organisations internationales, mais aussi les scientifiques et les politiques s'y intéressent de plus en plus. En effet, les femmes africaines sont les plus touchées par le taux de chômage avec un taux de 6,6 % (Organisation international du Travail, 2020) . Elles se tournent donc vers l'entrepreneuriat pour s'extirper du chômage, dans le but de soutenir leur famille ou dans une recherche d'autonomisation et d'émancipation personnelle (Diye, 2019; Tchouassi, Ngwen, Tekam Oumbe, & Temfack, 2018).

L'Afrique est considérée comme la région la plus entrepreneuriale du monde puisque « 22 % des Africains en âge de travailler créent de nouvelles entreprises, contre 13 % en Asie et 19 % dans les pays d'Amérique latine » (Pezzini & Minsat, 2019, p. 9). L'entrepreneuriat est un outil d'autonomisation financière qui peut élargir les possibilités qu'ont les femmes pour améliorer leur contribution à la production nationale et à la création d'emplois, et aussi à la production internationale. Il est désormais clair que la création d'entreprise féminine a joué un rôle important dans le développement économique de l'Afrique depuis l'ère précoloniale et est enracinée dans la culture de la femme africaine (Beddi, Fadil, & Saadaoui, 2019; Brasseur, 2008).

À l'ère du numérique et d'internet, plusieurs auteurs ont souligné la contribution des nouvelles technologies de l'information de la communication (NTIC) et de leurs apports à la croissance économique des pays (Gilbert, Mairesse, & Kocoglu, 2005).

Certains de ces auteurs ont cependant insisté par de nombreux travaux de recherche et étude de cas, sur le rôle important qu'a la nouvelle technologie sur l'économie et le développement socioculturel (Nwamen, 2006; Sahut & Leroux, 2011). La principale conclusion ou le constat de différents travaux est que les NTIC représentent pour les entreprises un instrument redoutable, qui leur permettrait de mettre en place ou d'accroître leur avantage concurrentiel et gagner des parts de marché. Ils mettent en évidence le fait que les NTIC sont essentielles à la croissance et à la pérennité des entreprises. Les entreprises qui utilisent les nouvelles technologies de l'information et de la communication de façon efficace et efficiente connaissent le succès (Rivard, 2003; Sahut & Leroux, 2011). Utiliser les NTIC, contribue à augmenter la productivité, l'innovation et les profits dans l'entreprise. À cet égard, certains auteurs ont étudié l'impact des NTIC sur la productivité, la rentabilité, les stratégies d'analyse par l'entreprise et l'avantage compétitif (Peppard & Ward, 2004).

De nombreux pays africains comme le Rwanda, l'Afrique du Sud, le Sénégal et la Côte d'Ivoire reconnaissent l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication comme moteur de développement et en font donc une priorité. Les technologies sont devenues le centre d'attention des politiques africaines et des partenaires africains au développement, avec un objectif spécifique : la croissance économique de ces pays (Pezzini & Minsat, 2019; Totouom, 2018). Les NTIC représentent une des innovations les plus importantes de cette nouvelle ère et l'Afrique l'a bien compris, avec l'image des populations au sud du Sahara qui s'ouvrent de plus en plus au reste du monde par leur utilisation

des technologies de l'information et de la communication (Ndongo & Klein, 2020). L'Afrique est actuellement dans la mouvance de l'entrepreneuriat et surtout de l'entrepreneuriat féminin. Différentes politiques gouvernementales, des stratégies et projets des organismes non gouvernementaux sur la promotion et la sollicitation des femmes à entreprendre ont été mis en place. Les ONG (Organisation non gouvernementale) créées pour les femmes en vue de favoriser l'autonomisation des femmes en sont un parfait exemple (Perrot, 2010). L'Afrique est aussi « engagée dans un important effort de restructuration de ses télécommunications » (Plane, 2002, p. 272). En effet, les politiques publiques du Sénégal et de la Côte d'Ivoire ont mis en place un ministère de l'Économie numérique et des Télécommunications dont le but est de moderniser et de développer les technologies de l'information et de la communication par l'utilisation efficace des réseaux de communication. En novembre 2021, la Côte d'Ivoire a dégagé 50 079 822 439 FCFA (soit 111 469 661,76 dollars canadien) d'investissement dans les NTIC.

En Afrique subsaharienne, les femmes sont donc de plus en plus impliquées dans des activités génératrices de revenus (Ndèye Faty & Marie, 2021). Cependant, on y note que l'entrepreneuriat féminin plus spécifiquement dans le domaine des NTIC est complexe et difficile à cerner, puisque la littérature scientifique, à notre connaissance, est limitée. En 2019, on constate un écart femmes–hommes considérable, seulement 23 % des femmes d'Afrique subsaharienne ayant accès à internet contre 34 % des hommes (Li et al., 2020). Dans le but de réduire le fossé numérique entre les sexes, plusieurs initiatives sont mises en place. Par exemple,

pour rehausser les chiffres au niveau des femmes dans les NTIC, la Banque Mondiale s'est associée avec Consumer Electronics Show (CES) qui organise un concours mondial de l'innovation et de la technologie dans plusieurs buts dont celui de réduire le fossé numérique entre les sexes en 2020. Dans ce même sens, les intervenants à la 6e édition des Assises de la Transformation Digitale en Afrique (ATDA) en 2017 initiée par « Cio Mag », le premier magazine panafricain dédié au numérique en Afrique, ont aussi insisté sur la nécessité d'intégrer la femme dans toutes les fonctions numériques (2017). Les ATDA sont même devenues, au fil des années, une plateforme d'échange et d'intelligence collective entre Africains, Européens, Asiatiques et Américains. Tous ces efforts fournis par les différents organismes cités auparavant ont porté des fruits. En effet, la banque d'investissement européenne a démontré qu'en 2020 en Afrique, comparativement aux années précédentes, 27 % des femmes ont maintenant accès à l'internet mais seulement 15 % d'entre elles peuvent se permettre de l'utiliser. Ce qui constitue tout de même un écart considérable.

Pour la World Wide Web Foundation (WWWF), les causes de cette fracture numérique entre les genres sont dues aux coûts élevés, au manque de savoir-faire, au peu de contenus pertinents pour les femmes sur internet et aux barrières imposées aux femmes pour s'exprimer librement en ligne, et ce, tant en public qu'en privé (Guermazi, 2021). La Banque Mondiale (2015), soutient aussi que le plus gros problème est sans doute le manque criant de modèles auxquels elles peuvent s'identifier. En effet, nous n'avons pas assez d'éléments pour évaluer la présence de la femme dans le secteur des NTIC. La littérature actuelle traite généralement

de la performance des entreprises créées par les femmes, de leur profil psychosocial en tant qu'entrepreneures et aussi de l'apport économique qu'elles apportent à leur pays grâce à l'entrepreneuriat (Batibonak, 2009; Brière, Auclair, & Tremblay, 2017; Song-Naba, 2015).

Malgré l'omniprésence des NTIC dans notre ère, les auteurs justifient le manque d'informations sur les femmes dans les NTIC, par le simple fait qu'elles ont encore un accès limité à la technologie qui peut changer considérablement leur vie (Pasquier, 2022).

La recherche part du constat qu'il existe peu de littérature sur les femmes entrepreneures en Afrique dans les NTIC. Nous nous interrogerons donc sur la présence des femmes dans l'entrepreneuriat en Afrique, plus précisément dans le secteur des NTIC.

L'objectif poursuivi est donc de décrire les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin et l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication par les entrepreneures africaines dans le cadre de leurs activités de façon exploratoire, de comprendre le système entrepreneurial féminin en Afrique et de comprendre l'importance des nouvelles technologies dans l'entrepreneuriat féminin. Notre question de recherche s'énonce comme suit : quels sont les défis majeurs que rencontrent les femmes entrepreneures en Afrique dans le domaine des NTIC?

Afin de mieux comprendre et d'expliquer ce phénomène, nous avons utilisé une méthodologie plus descriptive, qu'est l'étude qualitative exploratoire. Nous avons

procédé à 10 entretiens semi-directifs avec des femmes entrepreneures en Afrique pour mieux comprendre le positionnement de l'entrepreneure africaine et surtout découvrir la place qu'occupent les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leur milieu.

Le mémoire est composé de six chapitres. Le chapitre premier sera consacré à la revue de littérature dédiée à l'entrepreneuriat en Afrique (1,1) et à celle qui porte spécifiquement sur les femmes ainsi que leurs différentes motivations pour entreprendre (1,2 et 1,3), avant de nous intéresser à la littérature portant sur les NTIC (1,4). Une synthèse des écrits sur l'entrepreneuriat féminin et sur les NTIC viendra conclure ce premier chapitre (1,5). Quant au chapitre deux, il présente les théories du comportement planifié et met en rapport le niveau d'apprentissage et de prise en compte du connectivisme pour des femmes entrepreneures. Le chapitre trois présente la problématique, la question ainsi que l'objectif de recherche. Le chapitre quatre se base sur les précédents pour soumettre la méthodologie de recherche en lien à une approche qualitative et interprétative en sciences sociales, sur la collecte et le traitement des données. Le chapitre cinq expose l'analyse des résultats. Quant au chapitre six, il présente la discussion des résultats. Puis nous terminerons avec une conclusion générale.

CHAPITRE 1 :

REVUE DE LA LITTÉRATURE

Ce chapitre présente une recension des écrits portant sur l'entrepreneuriat féminin en Afrique et aussi des nouvelles technologies de l'information et de la communication en Afrique dans le but de comprendre l'importance et la place que ces entrepreneures occupent.

1.1 L'ENTREPRENEURIAT

1.1.1 Préambule de l'entrepreneuriat

D'après Audretsch (2006), le développement des entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique et de la création d'emploi. L'entrepreneuriat prend de l'ampleur tant sur le plan politique que sur le plan socioéconomique, car les politiques le considèrent comme une clé du développement socioéconomique. Il est non seulement une solution de croissance économique, mais aussi un mouvement majeur à l'évolution de la société et de création d'emplois en réponse au problème du chômage (Soulabail, 2014; Torrès, 2001). En ce sens, les gouvernements mettent généralement en place plusieurs stratégies pour le soutenir et le promouvoir, par exemple des centres de formations et d'accompagnement des créateurs — des incubateurs (Bakkali, Messeghem, & Sammut, 2013; Fayolle, 2004). Bien que nous notions cet engouement pour l'entrepreneuriat, « c'est un vaste domaine qui regroupe des secteurs et des réalités différents » (Soulabail 2014,

p.124). En effet, les réalités différentes selon la zone géographique, car « l'action entrepreneuriale ne peut se concevoir en dehors de la société qui la contient » (Torrès, 2001, p. 2). Pour bien cerner le phénomène et l'analyser, il serait important de prendre en compte la position géographique, les conditions environnementales, socioculturelles et religieuses.

La majorité des travaux de recherche sur l'entrepreneuriat n'ont tenu compte que du contexte occidental qui, placé généralement au rang des pays développés, a des valeurs basées sur la rationalité, la liberté, l'égalité, la laïcité, mais aussi l'individualisme, l'universalisme, le libéralisme, le primat du droit avec une approche dominante centrée sur la création de valeur économique par l'entrepreneur individuel (Aufrère, Eynaud, Gauthier, & Vercher-Chaptal, 2019; Torrès, 2001). En occident, bien qu'il existe des modèles conservateurs et traditionalistes dans l'entrepreneuriat, on constate le caractère fortement individualiste de l'entrepreneuriat où l'élément central se trouve être l'entrepreneur. Par conséquent, les réalités entre l'Afrique et l'Occident étant différentes (Kamdem, 2001; Kombou & Feudjo, 2007), il est nécessaire de différencier l'entrepreneuriat que l'on se trouve en occident ou en Afrique.

1.1.2 L'entrepreneuriat en Afrique

L'Afrique est un continent très riche en ressources naturelles. D'après la commission économique des Nations Unies pour l'Afrique, en 2015, le continent possédait 78 % des réserves mondiales de diamant, 28 % de celles de manganèse, près de 12 % de celles du pétrole, 40 % des réserves d'or et 80 à 90 % des métaux du groupe du

chrome et du platine (Moussa Dembélé, 2015; Totouom, 2018). Le continent reste le plus pauvre au monde, et l'accès aux services essentiels, notamment la santé et l'éducation, y est extrêmement difficile (Kadio, Ridde, & Malla Samb, 2014; Ndongo & Klein, 2020). Un rapport des Nations Unies en 2020 démontre que près de 84,3 % des personnes souffrant de pauvreté multidimensionnelle vivent en Afrique subsaharienne. La Banque Mondiale prévoyait une augmentation de la croissance économique à 2,8 % en 2021 avant de monter à 3,3 % en 2022. Elle détient, selon les données de la Banque B. Mondiale (2019), sur le total mondial des bénéfices tirés des ressources naturelles, 7,5 % du PIB mondial. Malgré cela, l'indice de pauvreté multidimensionnelle (IPM) de 2020 du rapport des Nations Unies révèle que 14 pays d'Afrique subsaharienne ont vu le nombre de personnes souffrant de pauvreté multidimensionnelle augmenter. Cette augmentation serait due à la croissance démographique avec 60 % des individus extrêmement pauvres de la planète, selon l'agence française de développement (AFD, 2021), même si elle a observé une baisse de 8 % entre 1985 et 2017.

Afin de lutter contre la pauvreté et le chômage, et dans l'objectif de promouvoir le développement économique, plusieurs organismes et organisations, les communautés et les gouvernements ont instauré des politiques visant à la création d'emplois (Kouadio Clément, 2019; Labbani, 2014), dont l'entrepreneuriat. En effet, l'entrepreneuriat a donné un nouveau souffle à l'économie en Afrique avec son caractère de pourvoyeur d'emploi et de gain de richesse à travers les taxes avec un taux de croissance économique atteignant 3,5 % en 2018 et 3,2 % en 2019 (Kchirid, 2020).

Sur l'étude de l'entrepreneuriat en Afrique, plusieurs auteurs (Essingone, 2003; Hugon, 2002; M. B. Sall, 2013) émettent des analyses sur l'évolution économique et financière des entreprises africaines en incluant sobrement le volet social et culturel. Cela n'est pas surprenant, car le but de l'étude de l'entrepreneuriat, pour ces auteurs, était d'obéir à une approche du management reposant sur l'hégémonie de l'économie et accordant moins d'intérêt au problème d'ordre social et culturel. Cependant, force est de constater que le développement économique des sociétés africaines révèle des situations complexes dont l'élucidation nécessite une approche globale, pour aller au cœur des rationalités présentes dans ces sociétés et susceptibles d'influer positivement ou négativement sur le développement des entreprises (Kamdem, 2001).

1.1.2.1 Le succès de l'entrepreneuriat africain

Pour les auteurs Fayolle (2017) et Picod, Amrani et Oloum (2019), le succès des entreprises africaines démontre qu'il serait important d'aller au-delà de cette utilisation productiviste et de rentabilité qu'à l'approche économique, ainsi que le besoin d'un regard multidisciplinaire qu'à l'approche comportementale.

Ledit succès inclut les éléments relatifs aux sciences sociales qui prennent en compte non seulement les comportements, mais également les droits, les normes, les obligations, l'environnement, la culture et les croyances adoptés par des individus dans une société. En effet, majoritairement dans la gestion des affaires, les individus se réfèrent à leur culture et leurs croyances (Brasseur, 2008; Delaye, Duru, & Okamba, 2011; Mutabazi, 2004).

En Afrique, la culture est basée sur la notion de groupe (Tahmi, 2001), car l'entrepreneur ne travaille pas seulement pour son compte, mais aussi pour ses proches et plus généralement pour sa communauté (Bane & Petitjean, 2018). C'est pourquoi la relation entre les employeurs et les employés sera similaire à la relation qui existe entre les enfants et la famille élargie. Ils s'entremêleront moralement, créant des obligations mutuelles: la protection du salarié par l'employeur et la loyauté du salarié envers l'employeur (Bourgouin 1984 cité par Kamdem, 2001). En Afrique, « dans les relations d'affaires, les relations prennent le pas sur les affaires » (Kamdem, 2001, p. 3). Tel que souligné par Kamdem (2001, p. 3), « L'esprit communautaire constitue donc la clé de voûte de l'édifice social africain. Cette manière de vivre va entrer en conflit avec l'entreprise et de l'économie capitaliste qui sont fondées sur l'individualisme et la recherche du profit ». Ainsi, Simen et Ebene Nkoa (2019) expliquent que les individus dans la société africaine se comportent de façon solidaire en petite entreprise, faisant apparaître le caractère familial dans la gestion des relations humaines. Il serait nécessaire de faire une analyse de la culture africaine en elle-même pour mieux comprendre le comportement des femmes entrepreneures.

1.1.2.2 La culture africaine

La culture est le socle d'une société. Bien qu'il y ait de multiples définitions sur la culture, nous retenons celle donnée par l'UNESCO (1982), car elle englobe toutes celles trouvées dans mes recherches. L'UNESCO (Guèvremont, 2021, p. 169) définit la culture comme suit :

La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.

Partant de cette définition, nous présenterons donc les caractéristiques de la culture africaine dans le paragraphe suivant qui paraît très utile pour cerner l'environnement socioculturel qui pourrait influencer le comportement des entrepreneures.

En Afrique, il y a un grand nombre de religions et de pratiques religieuses dont apparaissent en majorité le christianisme, l'islam et les pratiques religieuses traditionnelles. La population est fortement croyante et pratiquante.

Chaque pays africain a ses rites, valeurs, coutumes et interdits et certains pays ont plusieurs ethnies (Duport, Fagnibo, & Palenfo, 2020; Makinwa-Adebusoye, 1999; Toko & Kadouamaï, 2020). La notion d'« ethnie » définit par Amselle (2005) comme un objet d'appartenance à un groupe provenant de la même descendance et ayant une langue commune est un aspect important dans la culture africaine, car dans leur culture, les africains ont le fort désir de paraître et de s'élever aux yeux de leur groupe d'appartenance et d'influencer culturellement par stratification sociale (Dia, 1990; Rivière, 1975; Telep, 2018).

Parlant de stratification sociale¹ en Afrique, dans les années antérieures et plus précisément concernant la place de la femme, l'on constate que la valeur sociale des femmes était niée, leur rôle productif était également négligé, exploité et leur

¹ Stratification sociale : découpage des sociétés humaines en catégories hiérarchisées

émancipation était sévèrement entravée (Canonne, 2013). Mais, aujourd'hui, les conditions et statuts de la femme dans la société africaine ont connu une réelle mutation de leur rôle dans la vie économique, politique et culturelle en au moins une ou deux générations (Coquery-Vidrovitch, 2013b).

Il s'avère difficile de trouver des sources scientifiques qui traduisent l'image de l'entrepreneuriat du point de vue religieux et ethnique en Afrique, mais si l'on se réfère aux enseignements bibliques, coraniques ou même selon les pratiques religieuses propres à l'Afrique qui inculquent le don de soi, le partage et la fraternité, on se retrouve dans du communautarisme, et dans des stéréotypes basés sur le genre homme et femme. À cet effet, selon Brasseur (2008), une première approche de la culture a démontré que seuls les stéréotypes basés sur le genre qui découlent des différentes cultures pourraient déterminer la conception que l'entrepreneur aura pour rôle en Afrique. De ces stéréotypes, on retient celui porté sur la femme qui paraissait presque invisible dans les études portant sur l'entrepreneuriat. Toutefois, la perception de la femme comme destinée à seulement s'occuper du ménage et des enfants, reste très présente depuis l'époque précoloniale (Charmes, 2005; Coquery-Vidrovitch, 2013a; Sylvanus, 2006). C'est dire que la culture en elle-même émet plusieurs aspects qui peuvent être considérés comme des défis que peuvent rencontrer des entrepreneures africaines.

1.1.3 L'entrepreneuriat féminin en Afrique

Les femmes africaines sont bien représentées dans la structure entrepreneuriale et ont une certaine importance dans l'économie (Brière et al., 2017). Elles se sont toujours intéressées à l'entrepreneuriat et depuis l'époque précoloniale, même si le

taux est faible, comme le démontre le pourcentage des chefs d'entreprises hommes et femmes de 2001 et de 2019, selon les données de la Banque Mondiale (2020) (tableau 1).

Tableau 1 : Pourcentage de chefs d'entreprises hommes et femmes en 2001 et 2019

| | Pourcentage de femme chef d'entreprise | | Pourcentage d'homme chef d'entreprise | |
|----------------------|--|------|---------------------------------------|------|
| | 2001 | 2019 | 2001 | 2019 |
| Bénin | 0,6 | 0,7 | 1,7 | 1,9 |
| Côte d'Ivoire | 0,2 | 0,7 | 0,7 | 2,3 |
| Mauritanie | 0,4 | 0,8 | 2,5 | 5,6 |
| Sénégal | 0,2 | 0,4 | 1,0 | 1,1 |

Source : Les données de la Banque Mondiale des indicateurs clés du marché du travail (ICMT)

L'écart entre les sexes dans l'activité entrepreneuriale est encore très grand. Pour l'OCDE (2017), cela s'explique par le fait que les femmes entrepreneures soient confrontées aux défis financiers, sociaux et culturels, alors que les avantages économiques et sociaux de l'entrepreneuriat féminin sont nombreux.

Les nouvelles technologies ont ouvert des champs d'action très prometteurs pour les femmes. Dans l'éducation, la finance, la santé, le commerce et les médias, celles-ci n'hésitent plus à surfer sur le web.

Ces outils de développement ont permis de former des réseaux de femmes capables de conseiller et, surtout, d'inspirer les autres. Par exemple, Women in Africa (WIA²) et WETECH Africa³ (Women in Entrepreneurship and Technology) sont deux de ces réseaux qui promeuvent et financent des projets, souvent à fort impact économique et social, portés par des femmes.

1.1.3.1 Les différents secteurs d'activité entrepreneuriale

Dans plusieurs pays comme en Afrique, on retrouve des secteurs d'activité économique formels et informels (M'Bouna, 2019). Il convient donc de situer le secteur prédominant et d'en chercher les raisons pour comprendre à quel niveau l'entrepreneuriat se situe en Afrique.

Le secteur informel fait référence aux petites entreprises non enregistrées et non taxées qui sont généralement les entreprises de services, les activités de production et les commerçants ambulants (M'Bouna, 2019; Spring, 2009), même si quelques pays africains comme le Ghana et le Kenya ont fourni des sites et services à ces petites entreprises pour qu'elles puissent être taxées (Spring, 2009). Dans ce cas-ci, on reconnaît ces entreprises comme informelles, car elles ne sont pas enregistrées dans le registre des entreprises et ne détiennent donc aucun numéro d'immatriculation.

L'économie informelle, en 2019, accapare entre 60 et 70 % des emplois non agricoles (Berrou & Eekhout, 2019). En sus, il semble que les femmes africaines

² WIA est la principale plateforme internationale privée consacrée au développement économique et au soutien des femmes africaines entrepreneures.

³ WETECH (Women in Entrepreneurship and Technology) est une plateforme de soutien aux femmes africaines dans les domaines de l'entrepreneuriat et de la technologie.

privilégient le secteur informel, quand elles créent leur propre activité économique. Les informations sur l'économie de la Côte d'Ivoire et le Gabon montrent qu'il y a très peu de femmes dans la structure économique moderne de leur pays, car leurs domaines d'activité se limitent aux petites entreprises informelles et aux travaux de terrain (M'Bouna, 2019; Ouattara, 2007). En effet, les entreprises détenues par des femmes se situent davantage dans le secteur informel, puisque cela leur semble plus accessible (Datta & Gailey, 2012; Della-Giusta & Phillips, 2006; Rutashobya, Allan, & Nilsson, 2009; Spring, 2009). Le secteur d'activité informel est le plus prisé, car la majorité de ses activités sont moins coûteuses et la plupart des femmes dans ce domaine viennent de milieu rural et sont issues de famille ou de milieux de classe modeste ou, voire pauvre. Elles sont auteures d'une grande partie de la production alimentaire dans le monde, avec une exploitation prédominante en Afrique subsaharienne de 80 % (Davis, 2012; Goody & Buckley, 1973). Au Burkina Faso par exemple, « plus de 75 % de la production de subsistance est assurée par les femmes malgré leur faible accès aux moyens de production » (Dao, Sanou et al. 2016, p.2).

On les retrouve également dans le milieu du commerce (Coquery-Vidrovitch, 2013a; Toulabor, 2012). C'est ce que nous explique Chamlee-Wright (2002) dans son étude de l'entrepreneuriat féminin en milieu urbain, avec les femmes du Ghana qui pendant l'époque précoloniale, en tant que commerçantes, ont formé une classe entrepreneuriale solide, développant et élaborant une accumulation du capital tout en utilisant leurs liens de parenté matrilineaire qui leur permettaient de sécuriser toute relation dans le but de faire croître leur entreprise. Ces femmes sont le plus

souvent dans la prestation de service, la restauration, la vente de produits ou accessoires de beauté ou dans la vente de textiles.

À titre d'exemple, dans la vente de textile, les entrepreneures les plus célèbres sont les femmes provenant du Togo. On les appelle les Nanas Benz⁴. Les Nana Benz sont présentes dans le domaine commercial depuis le début de la colonisation, et ce grâce à des connexions transnationales (Adjamagbo, 2020). Elles représentent indéniablement une composante de la classe moyenne parmi les commerçants togolais et étaient même à la tête d'un réseau international, depuis la Côte d'Ivoire et le Niger jusqu'à la République démocratique du Congo, engendrant des chiffres d'affaires et des bénéfices hors normes (Coquery-Vidrovitch, 2013a; Sylvanus, 2006; Toulabor, 2012).

Le secteur informel domine les économies africaines et connaît une réelle expansion au détriment du secteur formel (Zogning, Mbaye, & Um-Ngouem, 2017). Les femmes apportent majoritairement, dans ce secteur informel, une forte contribution économique dans leur pays qui selon UNIDO⁵ n'est pas pris en compte dans les comptes nationaux (Woldie & Adersua, 2004).

Le secteur formel est un secteur qui comptait peu de femmes jusqu'à ces dernières années (Brière et al., 2017; Toché, 2017). La rareté des femmes est due aux exigences en matière de réglementation, d'acquittement des impôts et au niveau

⁴ Les Nana Benz : « nana » est un terme affectueux et familial, qui signifie « mère » ou « grand-mère », puis l'additif Benz fait référence au fait qu'elles circulaient dans des véhicules de marque « Mercedes-Benz ».

⁵UNIDO : Organisation des Nations unies pour le développement industriel

d'instruction qu'il requiert alors que le niveau d'instruction est faible au niveau des femmes (Gherbi, 2014; Toulabor, 2012). Mais, depuis quelques années avec les différentes promotions accrues sur l'entrepreneuriat, ce secteur accueille de plus en plus de femmes. Malgré tout, l'écart reste grand, car « elles entreprennent dans le formel par opportunité d'affaires, par vocation professionnelle et pour répondre à un projet de vie » (M'Bouna, 2019, p. 11). Elles restent donc confrontées, à des difficultés qui les maintient dans l'informel (Glidja, 2019).

1.1.3.2 Les freins à l'entrepreneuriat féminin en Afrique

Malgré la volonté des femmes à entreprendre, elles rencontrent moins d'opportunités de développement professionnel, tant au niveau formel, qu'informel (Davis, 2012). Elles sont soumises à d'énormes défis et de barrières socioculturelles et socioéconomiques. En effet, bien qu'elles jouent un rôle prééminent dans la société africaine, on leur reconnaît majoritairement un rôle de génitrice avec des conditions qui peuvent varier d'une région à une autre, mais elles restent toujours soumises à la prédominance masculine (Goerg, 1998). Encore aujourd'hui, la voir accomplir d'autres choses que celle de tenir un foyer choque encore certaines personnes.

Dans un contexte où les femmes ont été exclues des opportunités éducatives pendant longtemps, et suffisamment occupées pour aspirer à occuper des postes de direction au sein des entreprises. (Mianda, 2020; Ouattara, 2007) ce qui engendre une fracture du genre et tue le leadership féminin. Il y a donc de nombreux obstacles qui pourraient freiner l'essor de la femme en entrepreneuriat.

Dans les sociétés, les inégalités en matière de genre, existent depuis bien longtemps, laissant à la femme la responsabilité socioaffective de la famille et à l'homme, la fonction instrumentale. Ce mode de pensée s'est amplifié à la colonisation avec le développement des régimes patriarcaux capitalistes (Bugain, 1988). La femme est présentée seulement comme celle qui tient le foyer. Elle a à sa charge de l'éducation des enfants, l'entretien de la maison, du mari, des enfants et souvent de la belle famille. Elles sont éduquées dès le bas âge pour remplir cette mission. La société traditionnelle estime même que « la meilleure femme dont un homme puisse rêver est celle qui n'ose pas lever les yeux sur un homme et qui se préoccupe de la tenue de son foyer » (Ouattara 2007, p.56). On leur enseignait, depuis leur plus jeune âge, à ne pas parler en public, à ne jamais adresser la parole en premier à un homme, ni à le regarder dans les yeux, à communiquer tout bas et discrètement, sauf si elles se trouvaient entre elles ou dans un cadre cérémoniel (Coquery-Vidrovitch, 2013a).

À la tête des entreprises, il y a très peu de femmes gestionnaires (Fournier, Brière, Pellerin, & Laflamme, 2020). Mais, en Afrique, ce constat est pire et cela est dû à leur niveau d'éducation et de compétence relativement faible (Woldie & Adersua, 2004). D'après l'ISU⁶, l'Afrique subsaharienne a l'un des taux les plus élevés d'exclusion de l'éducation, dont plus d'un cinquième des enfants âgés d'environ 6 à 11 ans n'est pas scolarisé, suivis par un tiers des enfants âgés d'environ 12 à 14 ans (Maïga & Hotte, 2021). Les raisons de ce taux si faible sont multiples. À cet effet, dans leur étude sur la pauvreté, le genre et la scolarisation des enfants, Gnomou

⁶ ISU : Institut de statistique de l'UNESCO

Thiombiano (2014) et Lo et Mendy (2021) ont évoqué plusieurs raisons qui pourraient être des causes de ce bas taux. Dans certains foyers où le revenu de la famille est bas, on choisit généralement que le petit garçon continue à être scolarisé. En effet, « Lorsque les contraintes économiques imposent aux familles de faire des choix en matière d'éducation, ces choix se font souvent en défaveur des filles » (Wouango, 2017, p. 3). L'étude de ces auteurs (Gnoumou Thiombiano, 2014; Lo & Mendy, 2021) donne comme autre raison le niveau d'éducation des parents, la taille du ménage, la culture, la distance assez longue de la maison à l'école, mais surtout le manque d'enseignante dans le corps professoral qui pourrait représenter des modèles pour les jeunes filles.

Aujourd'hui, beaucoup de femmes analphabètes ou peu instruites ont des entreprises. En effet, selon Davis (2012), dans une étude ghanéenne sur des femmes propriétaires, il a été révélé que sur le nombre de femmes interrogées, 60 % n'avaient que le niveau primaire. Elles n'ont nécessairement pas besoin d'être diplômées universitaires ou savoir lire et écrire pour avoir une entreprise. Le manque d'instruction n'est pas un problème pour qu'elles s'émancipent, car n'ayant pas de niveau de formation axée sur le commercial, elles se forment sur le tas. Mais, elles sont limitées dans la capacité à faire croître l'entreprise et surtout à reconnaître les opportunités et à détecter les lacunes du marché (Davis, 2012). Le manque de formation entrepreneuriale pour ces femmes entrepreneures est un frein à leur investissement.

Pour Yasmina (2019) et Glidja (2019), l'accès au financement est le plus grand obstacle pour les femmes entrepreneures. Dans les sociétés africaines,

majoritairement patriarcales, les institutions financières sont sexistes. Selon les auteurs Berguiga et Adair (2022), il est difficile pour les femmes entrepreneures d'obtenir des prêts à la banque contrairement à leur homologue homme. Elles sont victimes de préjugés face aux institutions bancaires où elles sont considérées comme de nature passive, inefficace dans les affaires et vulnérable à la moindre difficulté. Davis (2012), dans son étude, démontre que plus de 64 % de femmes affirment que le financement est difficile à obtenir et quand elles reçoivent des prêts bancaires, le taux d'intérêt est très élevé. C'est pourquoi elles s'autofinancent elles-mêmes ou se font aider par leur famille ou en participant à des tontines⁷ (Glidja, 2019; Ouattara, 2007). C'est dans cette optique de participer à au financement des entreprises que L'Action positive pour le financement en faveur des femmes en Afrique (AFAWA) a été mis en place. L'AFAWA (Levalois, 2019) est un :

Ce mécanisme de financement de l'autonomisation économique des femmes sur le continent a été adopté lors du Sommet des chefs d'État de l'Union africaine (UA) en janvier 2015 et confié à la Banque africaine de développement (BAD) pour sa mise en œuvre. Le projet implique, entre autres, le Fonds Africain de Garantie et le Réseau Bancaire Africain. [...] Le programme AFAWA vise à améliorer l'accès des femmes au financement et à favoriser la prestation de services de renforcement des capacités aux femmes entrepreneuses, y compris l'accès à des cours de mentorat.

L'AFAWA (2023) travaillant ainsi pour renforcer les capacités professionnelles et financières, a en fin du mois de décembre 2022, fait approuver les prêts en faveur des petites et moyennes entreprises dirigées par des femmes atteignant 1,051 milliard de dollars.

⁷ Tontine : Opération par laquelle plusieurs personnes constituent par le paiement de cotisations un fonds commun, qui sera capitalisé et versé à l'échéance convenue.

Aujourd'hui, avec la promotion sur la scolarisation pour tous promue par l'UNESCO, l'UNICEF, la Banque Mondiale et l'avènement des NTIC qui a favorisé la naissance de start-up, de plus en plus de femmes s'intéressent au secteur formel et en particulier aux NTIC.

Les NTIC offrent diverses possibilités d'autonomisation des femmes en participant de manière plus égale au marché du travail, au marché financier et à l'entrepreneuriat (Zogning, 2021). Ainsi, de plus en plus d'études (Deming, 2017; Wilson, Daugherty, & Bianzino, 2017) tentent de comprendre ce que représente les NTIC dans notre société, pourquoi et comment mieux utiliser la ressource de l'économie numérique pour développer l'entrepreneuriat féminin.

1.2 LES NTIC (Nouvelles Technologies de l'information et la communication)

Les NTIC ont pris une place importante, dans la vie quotidienne et professionnelle, à laquelle s'adjoint la globalisation et la mondialisation des économies (Nwamen, 2006; Zogning, 2021). On y retrouve les NTIC que sont les téléphones fixes et mobiles, télévisions, PC, internet, chaînes hi-fi, radios et les machines industrielles (Pharabod, 2004). Pour Devèze-Sanson (2014, p. 1) :

Les NTIC ou parfois simplement TIC (car ces technologies perdent rapidement leur caractère de nouveauté) sont définies comme l'ensemble des techniques et des équipements informatiques permettant de communiquer à distance par voie électronique.

À cette précédente définition, on peut ajouter celle de Nouira, Soudane, Hajaji et Rguibi (2021, p. 35) qui désigne le TIC comme « l'ensemble des outils, services et

techniques utilisés pour la création, l'enregistrement et le traitement de l'information, ainsi que les moyens de communication nécessaires à sa diffusion» .

Elles ont, en effet, permis la croissance et la pérennité de plusieurs entreprises, ainsi que la croissance du produit intérieur brut (PIB) et de la productivité du travail grâce à leur grande capacité de traitement des données, leur possibilité de stockage, leur accessibilité et la rapidité des transmissions de données (Ben Slimane & Auplat, 2015; Gilbert, Mairesse, & Kocoglu, 2005). Pour d'autres auteurs (Boulay & Kalika, 2007; Deltour & Lethiais, 2014; Ngongang, 2013; Pensel, 2010), la croissance des entreprises par les NTIC est aussi due à son apport au niveau des relations avec les clients et avec ses nombreux services comme internet, qui permettent aux entreprises d'avoir une facilité à interagir avec les clients et arriver à se trouver facilement de nouveaux clients, de nouvelles offres et de maintenir un service de qualité en répondant aux exigences des clients. À ce propos, Nwamen (2006) et Chakri et Riouch (2021) montrent que grâce aux NTIC, se sont créés plusieurs logiciels qui ont pour but la gestion de flux d'informations dans les entreprises et entre les entreprises, tout en permettant également la réduction des coûts de collecte et traitement de données.

Aujourd'hui, de nombreuses entreprises évoluent grâce aux NTIC et d'autres aussi doivent leurs naissances aux Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication (NTIC) encore appelées Technologies de l'information et de la Communication (TIC). En effet, jusqu'à une époque récente, le terme « nouvelles technologies de l'information et de la communication » (NTIC) était très utilisé, à

cause de la nouveauté que représentait le rapprochement entre l'informatique et les différents moyens de communication.

Bien qu'il ne soit qu'un phénomène nouveau, son « accès très limité en Afrique » (N. Sall & Michaud, 2006, p. 297) fait qu'il paraît toujours nouveau dans ce continent.

1.2.1 Les NTIC en Afrique

« Les technologies de l'information et de communication (TIC) ont évolué, créant ainsi de nouvelles opportunités [...] en particulier dans les pays de l'Afrique » (El Mehdi, 2011, p. 1) même si, selon la communauté internationale, « le fossé numérique continue à se creuser entre les pays développés et l'Afrique d'une part et d'autre part à l'intérieur des pays africains, entre les élites et les populations moins nanties et défavorisées » (Thioune, 2002, p. 1). En effet, la pauvreté est l'une des causes de la non-accessibilité des NTIC. Subséquemment, N. Sall et Michaud (2006) expliquent que le progrès qu'a la technologie en Afrique, est dû aux besoins des communautés d'affaires ou scientifiques dont les assises sont extranationales, d'une part et par les aléas et la générosité des bailleurs de fonds, d'autre part. Il n'y a présentement pas de données fiables sur les statistiques d'entreprises en Afrique évoluant dans le secteur des NTIC ou usant de cette évolution technologique. Pourtant, l'Afrique aurait tout à y gagner, car les entreprises évoluant dans le secteur des NTIC selon l'OCDE compteraient parmi les plus importantes capitalisations boursières mondiales (Cherchem, 2011).

1.2.2 Impact des NTIC en Afrique

De nombreux auteurs (Bomsel, 2006; Legrenzi, 2015; Sahut & Leroux, 2011; Tlich, 2013) ne cessent de vanter les mérites des nouvelles technologies tant sur le plan

éducatif qu'économique. En effet, pour Bonjowo (2002), les NTIC donnent à l'Afrique l'option de passer les étapes du développement pour un meilleur avenir et de faciliter le grand bond technologique. Mais, comme le démontrent N. Sall et Michaud (2006), en Afrique, plus qu'ailleurs, les technologies ont pu avoir un impact négatif sur l'éducation des femmes, des enfants, voir sur des communautés dû à un abus dans l'usage ou à des interprétations erronées qui prêtent à confusion ou s'avère en contradiction avec le contexte social et environnemental, les cultures et valeurs de la société africaine. La pandémie de la COVID19, a aussi accentué le mode télétravail, qui a eu un impact négatif au niveau de la santé physique et mentale des travailleurs, d'après Vayre (2019). C'est pourquoi ils préconisent de tenir compte du contexte social pour un meilleur impact sur la société. C'est la raison pour laquelle, Uimonen (cité par Thioune, 2002, p. 2) explique aussi en ces termes : « La révolution numérique n'est pertinente pour l'Afrique que dans la mesure où elle tient compte des réalités et aspirations quotidiennes des individus ».

Mais, il faut aussi noter que la technologie n'a pas que des impacts négatifs sur les Africains. En effet, elle a permis à certaines régions d'améliorer leur procédé de production en vue de gagner en temps et en argent (N. Sall & Michaud, 2006). Également, avec l'internet, les entreprises et même les simples commerçants arrivent à exporter ou importer aisément leur produit, car les moyens de communication sont simplifiés (Ngongang, 2013).

Internet et les téléphones portables ont fait une différence cruciale sur le continent africain, notamment dans les domaines liés à l'entrepreneuriat. Selon une récente étude du cabinet de conseil McKinsey (Afrik, 2023), les économies africaines

pourraient relancer leur croissance en améliorant leur productivité via une transition numérique accélérée, une valorisation des compétences locales, une collaboration interrégionale accrue, des investissements dans l'urbanisation et une promotion des entrepreneurs locaux.

D'après les statistiques de l'Union Internationale des Télécommunications de 2011, l'Afrique a enregistré pendant la période 2005 - 2010 le taux de croissance annuel cumulé le plus élevé du monde pour ce qui est de la pénétration de l'internet (34 % en Afrique contre 26 % et 18 % respectivement dans les États arabes et en Asie — Pacifique) et des abonnements aux services mobiles cellulaires (27 % en moyenne en Afrique contre 25 % en Asie — pacifique et dans les États arabes, 12 % dans la région Amérique et 6 % en Europe) (El Mehdi, 2011). En 2018, l'utilisation d'internet en Afrique a connu une croissance exponentielle au cours de la dernière décennie avec le Maroc se distinguant en tant que pays du continent ayant le plus fort taux d'utilisation d'internet, avec 62 % de sa population connectée, puis les îles Seychelles avec 59 % et le Cap-Vert avec 57 % (Lavallée, 2021). Ces pays affichent des pourcentages élevés de pénétration d'internet parmi leurs populations respectives. Cette croissance a été expliquée en grande partie par le développement rapide et soudain des matières premières et par l'ouverture des marchés au monde. Pour, les chercheurs, économistes, sociologues et politiques (Bogui, 2017; Nwamen, 2006; Tlich, 2013; Wouango, 2017), l'on pourrait résorber la précarité des conditions de vie par les NTIC. Ils considèrent les NTIC comme un outil de lutte contre la pauvreté pouvant être profitable aux hommes et aux femmes. Pourtant, les

filles et les femmes sont sous-représentées dans le domaine du numérique (Beaucher, 2020; Fluckiger, 2016).

1.2.3 Les femmes et les NTIC

Les femmes étaient très impliquées dans les débuts des NTIC, par exemple :

Ada Lovelace qui ne se doutait pas que son prénom serait un jour attribué à un langage informatique. Passionnée de mathématiques, elle conceptualisa, un siècle avant les premiers calculateurs électroniques, les bases d'une machine programmable [...], les mathématiciennes nommées «ENIAC girl» qui ont participé à programmer le premier ordinateur, Grâce M.Hopper qui a conçu le premier langage de haut niveau ou encore Mary K.Keller qui a été la première femme à détenir un doctorat en informatique (Morley, 2004, p. 1).

Aujourd'hui, les femmes sont largement minoritaires dans les métiers de l'informatique ou du numérique, particulièrement en Afrique (Beaucher, 2020; Morley, 2004).

En Afrique, le domaine des NTIC ne prend pas en considération les réalités de la gent féminine. En effet, les dispositions gouvernant ce secteur n'accordent guère d'importance aux obstacles économiques et sociaux que peuvent rencontrer les femmes. En dépit de la quasi-pluralité de ces dispositions, celles-ci ne contribuent point à la valorisation et à l'autonomisation de la femme (Beaucher, 2020). Par ailleurs, avec la multitude d'articles scientifiques (Bane & Petitjean, 2018; Bonjawo, 2002; Legrenzi, 2015) visant à démontrer l'importance des NTIC et les fondateurs de certaines entreprises émanant des NTIC, on remarque une très faible participation des femmes dans ce secteur. Beaucher (2020), explique que cette faible participation des femmes dans ce secteur est due à plusieurs obstacles.

1.2.4 Les obstacles à l'accès des femmes africaines aux NTIC

Les femmes sont peu nombreuses dans les NTIC. Malencontreusement, de nombreuses contraintes restreignent pour le moment l'accès des femmes aux NTIC (Alami, Bedoui, & El Mahjoubi, 2018). Les femmes utilisant de façon constante les NTIC ne constituent qu'une minorité urbaine et instruite de la population féminine en Afrique. À ce propos, plusieurs auteurs (Beaucher, 2020; Fogue Kuate, 2020; Turrel, 2006) constatent qu'il apparaît un grand écart entre la femme et l'homme, notamment par rapport à l'accès aux services et contenus des TIC et qu'aussi les hommes utilisent plus que les femmes, les services de TIC pour de multiples raisons. Pour certains auteurs, l'exigence d'un certain niveau d'enseignement pédagogique (Behdja, 2018; Castaño, 2019), les difficultés réelles dans l'acquisition du matériel de télécommunication et le déficit en matière d'infrastructure dans le domaine des NTIC (Alami et al., 2018) expliquent cette minorité féminine dans ce secteur.

CONCLUSION

Aujourd'hui, l'Afrique est toujours un continent en voie de développement et sa croissance économique demeure toujours faible par rapport à sa démographie qui ne cesse de croître, entraînant alors une précarité et une vulnérabilité des populations ainsi que des problèmes de chômage. À cet effet, la Banque africaine de Développement (BAD) a exprimé un taux de chômage de 8 % en Afrique, dont celui des jeunes tournerait autour de 13 % (Ducass, 2019). Pour pallier cela et aussi pour aider financièrement leur foyer, les femmes africaines décident d'entreprendre. Cependant, l'accès au financement est l'un des principaux obstacles pour les femmes qui créent leur propre entreprise. Elles s'autofinancent ou sont aidées par leurs amis ou familles.

L'Afrique est le continent de demain et le numérique a ouvert d'excellentes opportunités entrepreneuriales. Les coûts et la qualité de la connexion internet sur le continent et l'accès à l'information sont difficiles pour tous, mais encore plus difficiles pour les femmes et apparaissent comme un facteur important d'inégalité.

Cependant, le développement des nouvelles technologies et l'émergence de cette nouvelle génération d'entrepreneures africaines ont permis l'apparition d'un nombre croissant de programmes d'accompagnement, de formation et de soutien, qui apportent une aide précieuse aux femmes désireuses de créer des entreprises et de développer leurs capacités de leadership.

Les nouvelles technologies ont ouvert des champs d'action très prometteurs pour les femmes.

CHAPITRE 2

LE CADRE THÉORIQUE

Pour rappel, l'objectif de cette étude est de décrire les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin et l'utilisation des NTIC par les entrepreneures africaines dans le cadre de leurs activités, de comprendre le système entrepreneurial et de cerner l'importance des NTIC pour l'entrepreneuriat féminin. Cette étude revêt plusieurs variables, dont le comportement, l'attitude, la culture et la connaissance.

Ce chapitre est consacré à la proposition de théories permettant d'atteindre les objectifs de recherche. Plusieurs théories visent à identifier et à mieux comprendre les facteurs psychosociaux qui aident à prédire l'intention ou le comportement. Dans le cadre de nos travaux, nous retenons la théorie du comportement planifié et la théorie de la connectivité. La théorie du comportement planifié est, par conséquent, adoptée puisqu'elle permet, la compréhension de l'intention entrepreneuriale des femmes; comme démontré dans la revue de littérature, les informations telles que le chômage, les pratiques religieuses, les traditions, la pression sociale, de leur famille et amis influents sur leurs motivations et surtout sur leur intention d'entreprendre. Aussi, nous sommes dans un environnement changeant d'où la prise en compte de plusieurs contextes est nécessaire pour une décision, où il faudrait s'adapter au changement. La théorie de la connectivité prend en compte le contexte instable de l'environnement et la notion d'apprentissage, chose indispensable pour les femmes qui désirent entreprendre dans les NTIC.

Ces deux théories ont été largement étudiées et testées empiriquement, ce qui renforce leur validité et leur fiabilité en tant que cadres théoriques. Elles offrent un socle de connaissances et des outils de recherche éprouvés pour étudier divers aspects des comportements liés aux TIC et à la connectivité.

2.1 La théorie du comportement planifié

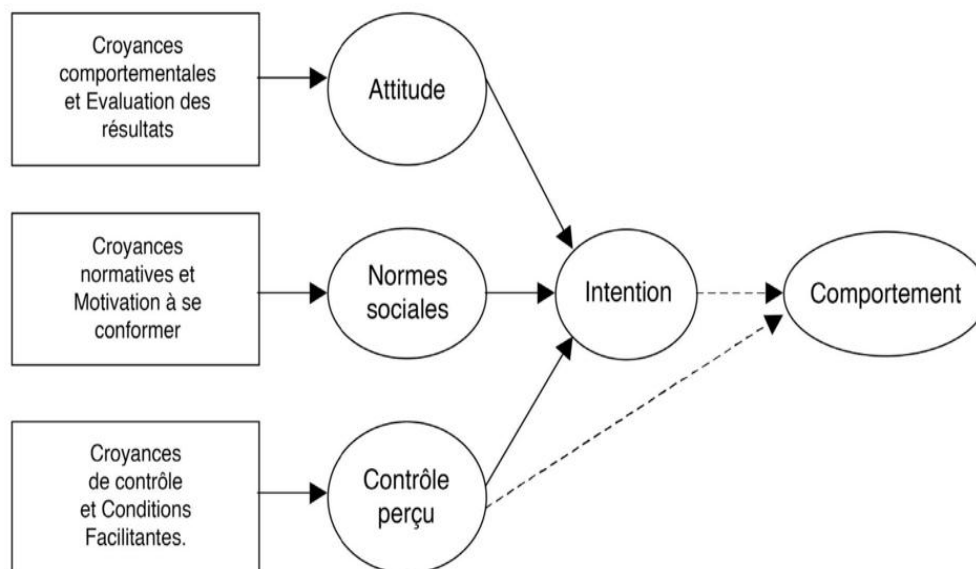
La théorie du comportement planifié (Ajzen, Albarracin, & Hornik, 2007) est une extension de la théorie de l'action raisonnée qui s'en distingue par la prise en compte de l'intention. La théorie du comportement planifié place l'intention de l'individu au centre de l'origine du comportement. D'après cette théorie, tout comportement requérant une certaine planification peut être signalé par l'intention d'un tel comportement. La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), place l'intention comme résultant de trois facteurs déterminants que sont :

- L'attitude adjointe au comportement : qui fait référence au degré d'évaluation du comportement connexes d'une personne;
- la norme sociale perçue qui elle spécifie la pression sociale pour atteindre ou échouer le comportement (Ajzen, 1991);
- le contrôle comportemental perçu qui correspond au degré de facilité ou de difficulté à percevoir le comportement d'après Ajzen (1991). Il fait référence au point de vue d'une personne sur la faisabilité personnelle des comportements associés (Boissin, Chollet, & Emin, 2009).

Les attitudes adjointes au comportement, les normes sociales et le contrôle du comportement perçu s'expriment par des croyances (Boissin et al., 2009). En effet,

une personne adopte son comportement selon les informations fausses ou vraies qu'elle reçoit comme le démontre la figure 1.

Figure 1 : La théorie du comportement planifié (Boissin et al., 2009)



Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

2.2 La théorie du connectivisme

Le connectivisme est une théorie de l'apprentissage développé par George Siemens et Stephen Downes en 2004, fondé sur les apports des nouvelles technologies et qui accentue leur analyse des limites du comportementisme, du cognitivisme et du constructivisme (Duplâa & Talaat, 2011) afin d'expliquer les effets de la technologie sur la façon dont les gens vivent, communiquent et apprennent. Mais pour Guité (2004), en plus d'être un modèle d'apprentissage, c'est un modèle qui reconnaît les troubles sociaux causés par les nouvelles technologies, ce qui signifie que

l'apprentissage n'est plus seulement basé sur l'individualisme et les activités internes, mais dépend aussi de l'environnement et des outils de communication disponibles. En effet, le connectivisme est motivé par la compréhension que la prise de décision est basée sur une base en évolution rapide et du fait que de nouvelles informations sont constamment acquises. Selon Anderson et Dron (2011), nous sommes présentement dans la troisième génération : celle de la pédagogie connectiviste dont la structure des réseaux de ressources est une étape essentielle de l'apprentissage qui est d'autant basée sur l'appropriation d'information que sur la création du contenu .

George Siemens et Stephen Downes relèvent de cette théorie cinq principes clés du connectivisme (Duplâa & Talaat, 2011) que sont :

- L'apprentissage et la connaissance résident dans la diversité des opinions;
- L'apprentissage est un processus reliant des nœuds spécialisés;
- Le contrôle de l'apprentissage;
- L'apprentissage peut résider dans des appareils (non humain);
- La notion sociale : Entretenir et maintenir des connexions est nécessaire pour faciliter l'apprentissage continu.

2.3 La relation entre la théorie du comportement planifié et la théorie du connectivisme

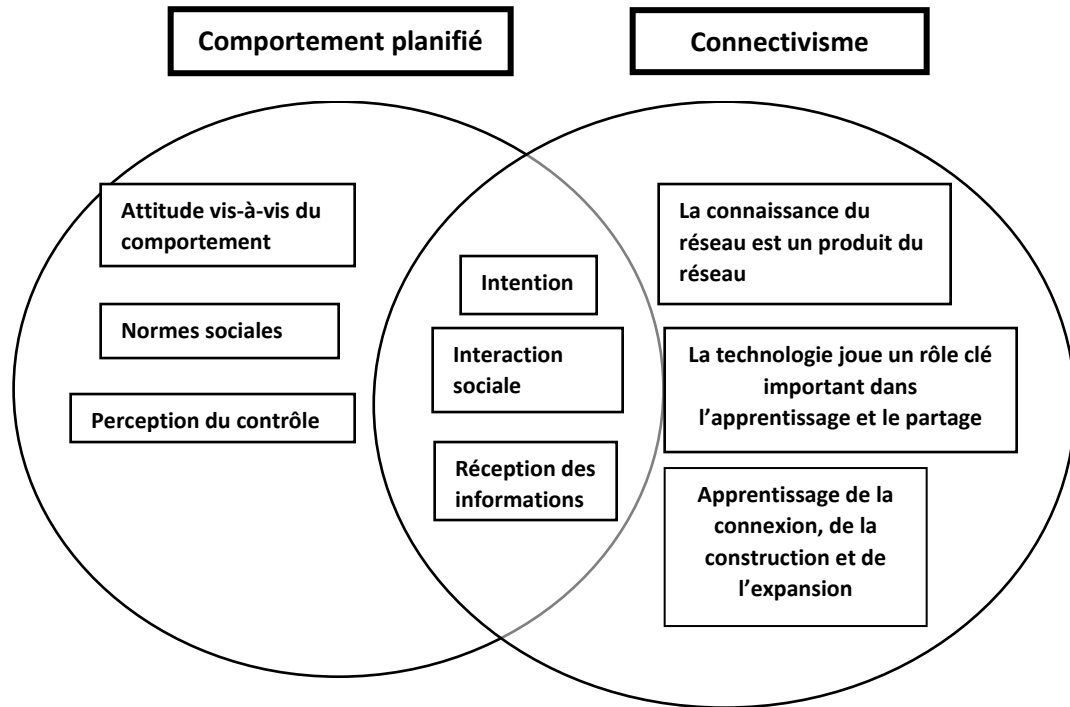
La théorie du comportement planifié semble distincte de la théorie du connectivisme pourtant, elle est la base de tous les modèles d'acceptation des technologies (Kefi, 2010).

La théorie du connectivisme soutient que l'apprentissage résulte de la mise en relation de différentes sources d'information et prend en compte les bouleversements sociaux provoqués par les nouvelles technologies. Il en résulte donc que tout comme le comportement planifié comme le démontre la figure 2, la théorie de la connectivité est aussi influencée par les différentes interactions sociales et les informations qu'elle reçoit de ses différentes sources d'information, pour une prise de décision.

La théorie du comportement planifié offre un cadre conceptuel solide pour étudier les facteurs qui influencent le comportement humain. Elle prend en compte les attitudes, les normes sociales perçues et le contrôle comportemental perçu, ce qui permet de mieux comprendre pourquoi les individus adoptent certains comportements. La théorie de la connectivité met l'accent sur les interactions complexes entre les individus et leur environnement numérique. Elle permet d'analyser comment les NTIC et les réseaux sociaux influencent les attitudes, les normes et le contrôle comportemental des individus. Dans un monde de plus en plus connecté, il est essentiel de comprendre comment les NTIC et la connectivité sociale affectent les comportements individuels et sociaux.

En combinant la théorie du comportement planifié et la théorie de la connectivité, nous pouvons bénéficier d'un cadre théorique solide et complet pour analyser le comportement des femmes entrepreneures dans un contexte numérique, en tenant compte à la fois des facteurs individuels et contextuels. Cela peut enrichir notre recherche et contribuer à une meilleure compréhension des phénomènes étudiés.

Figure 2 : Schématisation de la relation de la théorie du comportement planifié et la théorie du connectivisme



CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Toute recherche scientifique emprunte un cheminement méthodologique qui varie en fonction de la manière dont le chercheur entend acquérir la connaissance. Ce chapitre présente la méthodologie utilisée dans le cadre de notre mémoire. Nous aborderons successivement les éléments suivants : le positionnement épistémologique, l'approche utilisée, la méthode de collecte des données, l'intérêt du certificat d'éthique de la recherche, l'échantillonnage, l'instrument de collecte de données et la technique d'analyse de données.

3.1 Positionnement épistémologique

La position épistémologique du chercheur comme forme de réflexivité est obligatoire, car il établit la validité et la légalité de la recherche. Dans le cadre de notre recherche, nous adopterons une approche empirique inductive et une posture interprétativiste. Il s'agit ici comme se définit l'approche interprétativiste, de prendre « acte de la dépendance de la réalité par rapport à la subjectivité » (Rappin, 2011, p. 2) pour mieux comprendre le système entrepreneurial chez la femme en Afrique et de mieux cerner l'importance des NTIC dans l'entrepreneuriat féminin.

Sur le plan méthodologique, « ce paradigme interprétativiste permet de comprendre et d'analyser la réalité telle qu'elle est perçue et vécue par les acteurs dans une démarche exploratoire » (Tchankam, Ndoume Essingone, & Tchagang, 2020, p. 3).

3.2 Approche utilisée

L'objectif général de la recherche étant de comprendre les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin et l'utilisation des NTIC par les entrepreneures africaines dans le cadre de leurs activités, il convient de mentionner en premier le caractère exploratoire de l'approche qui sera employée. Pour être plus explicites, nous utiliserons une approche qualitative. Mener une recherche qualitative est une façon de regarder la réalité sociale, car en collectant des données, cela nous permet non seulement de décrire, mais aussi d'obtenir des explications plus significatives sur un phénomène social (Kohn & Christiaens, 2014). La place qu'occupe la femme entrepreneure en Afrique dans les NTIC est un fait de société actuel et comme le souligne Hlady Rispal (2002, p. 38), dans une telle perspective, « une logique de découverte est au centre du processus de recherche ».

Il est important de retenir que la manipulation des intervenants par les acteurs de l'organisation et les intervenants-chercheurs sur le terrain d'observation peut faire perdre leur lucidité et leur visibilité par une trop forte absorption du terrain (Tchankam et al., 2020).

Pour tenter de diminuer les risques, nous allons utiliser l'entrevue semi-dirigée comme méthode de collecte de données et adopter une position neutre pour limiter les préjugés.

3.3 Méthode de collecte de donnée

La collecte de données qualitatives prend de nombreuses formes, mais les entretiens et l'observation sont parmi les plus utilisées (Kohn & Christiaens, 2014). La collecte de données qualitatives nécessite souvent une interaction directe avec les participants. Parmi les techniques de collecte de données qualitatives, l'entrevue semi-dirigée est une technique populaire de collecte de données qualitatives (Royer, Baribeau, & Duchesne, 2009). Nous allons donc pour mieux comprendre ce phénomène nous appuyer sur les entretiens individuelles semi-directives pour recueillir les propos de femmes entrepreneures dans le milieu des nouvelles technologies de l'information et de la communication en Côte d'Ivoire, au Mali, en Guinée et au Ghana.

Notre choix s'est porté sur l'entrevue individuelle semi-directive, qui est une technique de collecte de données qui concourt à l'accroissement de la connaissance et qui favorise les approches qualitatives et interprétatives (Imbert, 2010), semble le plus approprié pour recueillir des données. Aussi, il faut noter que l'entrevue individuelle semi-directive est flexible et permet donc d'ajuster le sujet de l'entretien en fonction des propos de l'interviewée, et de modifier l'ordre des questions en fonction des idées présentées par les participantes. Cette méthode de collecte permet à ces femmes de raconter exactement les faits et les événements en rapport avec l'entrepreneuriat et les NTIC.

3.4 L'intérêt d'un certificat d'éthique

Pour réaliser cette recherche, nous avons eu besoin de la participation des femmes entrepreneures en Afrique dans les NTIC. Ainsi, sachant que « toute recherche touchant des sujets humains doit tout d'abord être approuvée par un comité d'éthique de la recherche » (Lee, 2018, p. 1), nous avons procédé aux différentes étapes pour obtenir le consentement du comité d'éthique de la recherche. Ce consentement du comité d'éthique de la recherche légitime que l'étude a le potentiel d'apporter une contribution utile aux connaissances scientifiques, ou sociales du moment; que les droits, le bien-être des participants sont protégés et que les risques inhérents à la recherche sont raisonnablement justifiés par rapport aux avantages que procure l'étude. Avant de débiter, le processus collecte des données, nous avons soumis notre projet de recherche au comité d'éthique de la recherche de l'Université du Québec à Chicoutimi (CERUQAC) qui par la suite nous a délivré une attestation d'approbation de la recherche (annexe 2).

Après l'obtention du consentement du CER, nous avons envoyé l'affiche type exposant le projet de recherche, le formulaire d'information et de consentement à toutes les participantes une semaine avant le début des rencontres. Cela constituait, pour les participantes, un temps considérable pour s'informer sur les modalités du projet de recherche et de donner son consentement. Tous ces documents développent de façon nette et concise les objectifs du projet de recherche, son déroulement, les avantages et les inconvénients liés à la participation de ce projet de recherche. Le formulaire d'information et de consentement avisait les participantes sur toutes les mesures prises par le chercheur pour garantir la

confidentialité au cours du déroulement du projet, pendant la collecte des données, de l'analyse des données et aussi par rapport à la conservation des données. Ce formulaire précise aussi que les participantes ont le droit de se retirer du projet quand elles le veulent. Les participantes, après avoir lu le formulaire, ont donné leur consentement de façon verbal.

3.5 Échantillonnage

L'échantillonnage compose toutes les décisions subordonnées au choix de l'échantillon (Savoie-Zajc, 2006). Notre échantillon porte sur les femmes entrepreneures exerçant dans les NTIC en Afrique, soit en Côte d'Ivoire, au Mali, en Guinée et au Ghana. En effet, « l'échantillon de milieu n'exige pas nécessairement que toutes les observations soient faites dans un seul lieu, mais tout simplement qu'elles soient traitées comme se rapportant globalement à un même milieu » (Pires, 1997, pp. 37-38). De ce fait, notre échantillon est composé de femmes entrepreneures, ayant fondé une entreprise dans le domaine des NTIC et qui dirigent toujours leur entreprise d'au moins 1 an et qui réside en Afrique de l'Ouest dans le but d'obtenir des informations riches, fiables et pertinentes.

Les critères de sélections sont donc les suivants :

- Être une femme entrepreneure;
- L'entreprise a son siège social en Afrique de l'Ouest;
- Entreprise exerçant dans les NTIC;
- Entreprise détenue depuis plus d'un an.

Pour constituer notre échantillon, nous avons dans un premier temps constitué une liste d'envoi en utilisant notre propre réseau et aussi grâce aux différents réseaux sociaux comme LinkedIn et Facebook. En supplément, après avoir épluché et retenu des profils pertinents pour notre étude, nous avons contacté les femmes entrepreneures retenues par l'envoi d'un courriel de recrutement et par appel téléphonique sur leur numéro WhatsApp afin d'étayer le projet de recherche et leur donner un temps de réflexion pour avoir leur consentement. Nous avons contacté 16 femmes qui ont toutes pris la peine de nous écouter leur exprimer les raisons de notre approche. Elles ont toutes donné leurs accords, mais après avoir analysé leur disponibilité, seulement 10 femmes ont pu faire partie de la recherche.

3.6 Instrument de collecte de données

Nous avons interviewé 10 femmes entrepreneures œuvrant dans les NTIC en Afrique, plus précisément en Côte d'Ivoire, au Mali, en Guinée et au Ghana (la participante du Ghana pour avoir étudié en France et en Belgique s'exprimait très bien en français, ce qui a facilité l'entrevue pour des entrevues semi-dirigées). Pour effectuer la collecte de données chez les participantes, en vue de répondre à notre question de recherche, nous avons élaboré un guide d'entrevue (voir annexe 1). Ce guide d'entrevue a été conçu sur la base des informations perçues de la revue de littérature et des cadres théoriques de notre étude que sont la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991; Kefi, 2010) et le connectivisme (Duplâa & Talaat, 2011; Guité, 2004).

Cette grille d'entrevue se compose des informations suivantes (voir annexe 1 pour voir le guide complet) :

- Le profil des participants
- Les informations descriptives des entreprises
- Les motivations entrepreneuriales de la femme africaine
- La fracture du genre
- L'importance des NTIC
- Les perspectives de l'entrepreneuriat dans leur milieu

Pendant ces entrevues, chaque participante en répondant aux questions posées, a décrit sa perception selon leur expérience de faits et événements dans leur domaine d'activité. Ces informations nous ont aidé à comprendre les intentions, les motivations et la place des femmes entrepreneures dans les NTIC en Afrique.

En raison de la distance, nous avons procédé aux entrevues par des vidéoconférences via zoom et enregistrées avec l'accord des participantes. Nos différentes entrevues se sont déroulées sur un temps maximum de 50 minutes.

3.7 Techniques d'analyse des données

L'analyse des données qualitatives est la méthode la plus répandue pour étudier les interviews ou les observations qualitatives (Krippendorff, 2018). Pour permettre l'analyse des données issues des enregistrements audio, nous avons retranscrit fidèlement sous forme de verbatim tout ce qui a été dit et noté aussi les faits et événements pertinents. Ces verbatims faisaient au maximum 12 pages. On a procédé au codage et à l'analyse des données grâce au logiciel d'analyse NVIVO. Le logiciel a été d'une grande utilité pour faciliter l'analyse et le traitement des données. Le logiciel NVIVO est fréquemment utilisé pour la recherche qualitative en sciences de gestion et pour stocker, classer, organiser des informations, puis mener

des opérations de recherche (Krief & Zardet, 2013). Ce logiciel nous a permis de classer toutes les données recueillies et de les catégoriser pour une analyse thématique, sous forme de thème et sous thème.

En effet, notre analyse découle, de notre revue de littérature, de notre cadre théorique, de nos entrevues et surtout de nos questions et objectifs de recherche. À cet effet, nous avons prêté attention à chaque entrevue, en repérant les idées pertinentes, les thèmes utilisés par les participantes pour décrire un fait, un évènement ou pour exprimer leurs ressentis. Par la suite, nous avons mis en relation les verbatims de toutes les participantes afin de trouver les thèmes pertinents, récurrents d'une entrevue à une autre et les classifier. Toute cette analyse a aussi permis de vérifier la concordance de notre cadre théorique utilisée pour notre recherche et la réalité du terrain.

Figure 3 : les étapes de collecte et d'analyse des données



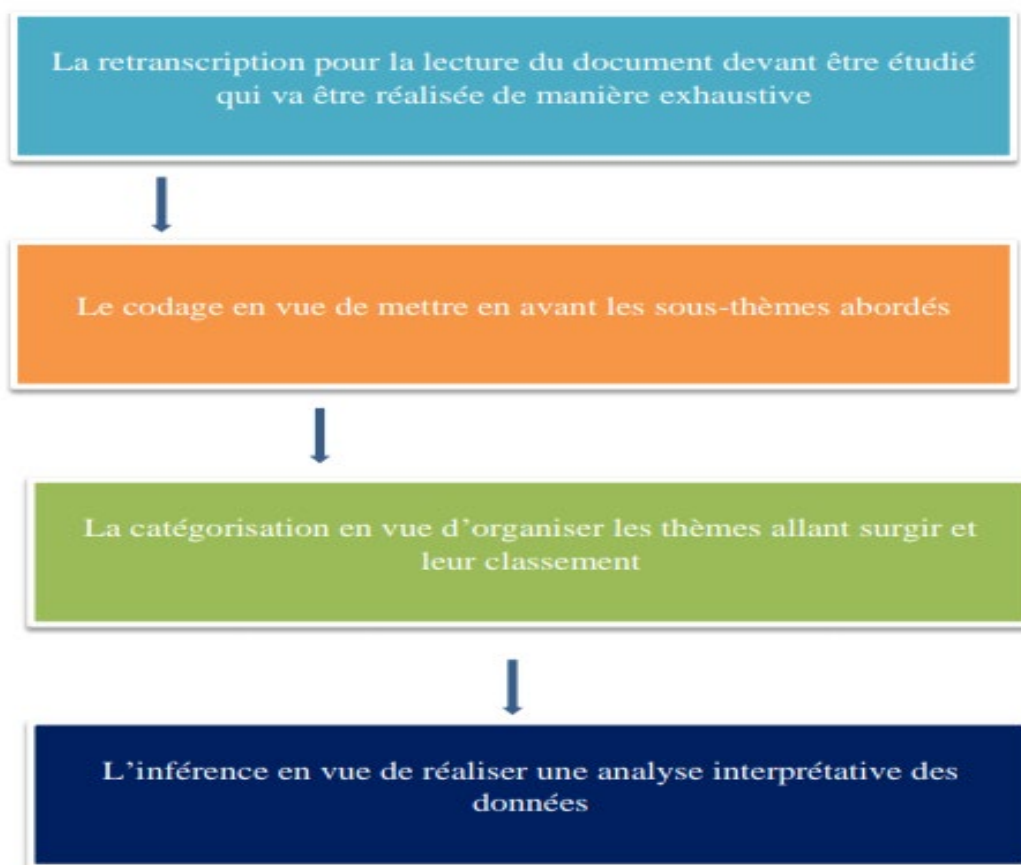
CHAPITRE 4

ANALYSE DES DONNÉES ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Dans le présent chapitre, nous allons nous centrer sur l'analyse des données ayant été récoltées au cours de nos entrevues. En d'autres termes, nous allons analyser les informations fournies par les entrepreneures interviewées ; et par la suite, nous allons présenter l'ensemble des résultats provenant de notre étude. Il importe de souligner que cette analyse a pour finalité d'explorer l'entrepreneuriat féminin en Afrique, plus spécifiquement en ce qui concerne le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Pour ce faire, nous allons nous centrer sur l'analyse thématique de contenu. En pratique, cette dernière renvoie à la démarche consistant à rendre le texte multiforme et varié d'un entretien en une étude originale et unique de son contenu, autour non seulement de ses thèmes, mais également des sous-thèmes, et cela par le biais d'un code. L'analyse thématique de contenu consiste alors en un décodage des données apportées par les interviews, et cette opération est essentielle dans une étude qualitative, puisque sans elle il n'y a pas d'utilisation possible des informations recueillies. L'utilisation de l'analyse thématique est effectivement vitale dans le présent mémoire, puisque celui-ci a permis d'apporter des éléments de réponses satisfaisantes à notre recherche qui est centrée sur l'entrepreneuriat féminin en Afrique.

Il existe de nombreuses étapes en vue de mener à bien l'analyse en question, comme le montre la figure suivante :

Figure 4 : Schématisation des étapes de l'analyse thématique de contenu



Notons également que nos recherches sur le terrain ont mis en avant quatre thèmes que nous allons analyser dans ce qui va suivre. Avant toute chose, nous allons présenter le profil des entrepreneures et leurs entreprises.

4.1 Profils des entrepreneures

Notre échantillon est constitué de 6 femmes entrepreneures venant de la Côte d'Ivoire, 2 femmes entrepreneures du Ghana et les 2 autres viennent du Mali et de la Guinée. Elles détiennent toutes des petites et moyennes entreprises (PME) qui

ont plus de 2 ans d'existence. Ces femmes entrepreneures sont toutes instruites, mais à des niveaux bien différents. En effet, quatre ont la maîtrise, une a la licence qui est l'équivalent du baccalauréat, nous avons deux ingénieurs, une technicienne brevetée qui est l'équivalent d'un diplôme d'étude collégiale et les deux dernières ont un niveau primaire. Leurs âges varient entre 23 et 47 ans et sont pour la plupart mariée, célibataire, veuve et mère.

Tableau 2 : Informations socioprofessionnelles des participantes interviewées

| P | Âges | S.M | Mère | N. S | PME ou GE | N | N. E |
|----|------|-----|------|--------------------------------|-----------|-----|------|
| 1 | 30 | C | Non | Master | PME | 2,8 | 7 |
| 2 | 29 | M | Oui | Master | PME | 3 | 5 |
| 3 | 28 | C | Non | Licence | PME | 6 | 12 |
| 4 | 36 | C | Oui | Ingénieur | PME | 3 | 11 |
| 5 | 23 | C | Non | Brevet de technicien supérieur | PME | 2,5 | 3 |
| 6 | 47 | V | Oui | Primaire | PME | 20 | 87 |
| 7 | 37 | M | Oui | Primaire | PME | 7 | 13 |
| 8 | 29 | C | Non | Master | PME | 3 | 16 |
| 9 | 41 | M | Oui | Master | PME | 6 | 8 |
| 10 | 44 | M | Oui | Ingénieur | PME | 11 | 72 |

| | |
|------------------------|------------------------------|
| P | Participant |
| Âges | Âge actuel des participantes |
| S.M | Situation Matrimoniale |
| N.S | Niveau Scolaire |
| PME⁸ | Petite et Moyenne Entreprise |
| G.E | Grande Entreprise |

⁸ Pour l'Union Économique Monétaire ouest-africaine (UEMOA), les PME sont les entreprises formelles de moins de 200 salariés réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 1 milliard de francs CFA

| | |
|----------|--------------------------------|
| N | Année d'existence d'entreprise |
| C | Célibataire |
| V | Veuve |
| M | Mariée |

L'âge des femmes entrepreneures a fait l'objet de multiples études : la plupart des études montrent qu'au démarrage d'un projet d'entreprise, les femmes entrepreneures sont plus jeunes que les hommes entrepreneurs en occident (Cornet & Constantinidis, 2004). Par contre, après avoir mené une étude en Afrique, Moreau (2004) conclut que contrairement à l'occident, les femmes entrepreneures en Afrique sont plus âgées que les hommes et attribue cela à l'entrée tardive de l'entrepreneuriat féminin en Afrique comme le démontre le cas des participantes interviewées qui ont en grande partie atteint la majorité et voire même plus de 25 ans avant d'entreprendre dans les NTIC.

On retrouve le plus les femmes dans la vente de détail, le commerce et les prestations de service (Toché, 2017) ou quand elles sont structurées, c'est pour la plupart des petites et moyennes entreprises (Fouda, 2014; Teufack, Moskolai, & Myede, 2017). En effet, les recherches (Bouzekraoui, 2023; Tchouassi et al., 2018) sur les femmes entrepreneures en Afrique confirment que les femmes exploitent des microentreprises qui sont de petites entreprises qui emploient en moyenne moins de 20 employés.

Aussi, selon le rapport de Cornet et Constantinidis (2004) sur de nombreuses études et Yameogo (2020), la majorité des femmes ayant lancé leur entreprise sont en

couple avec un ou plusieurs enfants. Ce qui signifierait qu'avoir des enfants et un conjoint n'influent pas négativement sur l'intention entrepreneuriale de la femme, mais ce serait plutôt l'inégalité sur la répartition des tâches dans un foyer qui pourrait impacter négativement l'intention entrepreneuriale de la femme.

4.2. Les motivations entrepreneuriales de la femme africaine

L'entrepreneuriat constitue la clé du développement économique dans de nombreux pays africains. En effet, les femmes entrepreneures ont toujours été là et ont façonné l'économie africaine de manière imprévisible (Florent Tasso, 2021). Dès lors, *« l'entrepreneuriat donne à beaucoup de femmes africaines la liberté de travailler sur ce qu'elles aiment »* (participante n° 5). Pour la participante n° 1, les femmes se lancent en entrepreneuriat pour diverses raisons : *« Il y a des femmes qui se lancent dans l'entrepreneuriat en vue de commencer quelque chose avec ce qu'elles aiment faire, c'est-à-dire faire d'une passion une activité rémunératrice, par contre, d'autres y vont par nécessité et besoin d'indépendance financière »*. Beaucoup de femmes trouvent leur véritable vocation et *« préfèrent se concentrer sur leur passion plutôt que sur leur profession et réussir à en faire une entreprise rentable »* (participante n° 10). Il n'y a aucune pression pour faire quelque chose avec laquelle elles ne sont pas à l'aise. À cet effet, la participante n° 8 explique que : *« par le passé, de nombreux stéréotypes étaient associés aux femmes, qui les limitaient à rester à la maison, et à jouer un rôle inférieur, nonobstant leurs objectifs de carrière et leurs rêves. [...], les femmes ont considérablement lutté contre ces stéréotypes, ont brisé leurs plafonds de verre et ont volé avec leurs courages et succès »*. Elles ne collent plus aux rôles de genre définis par la société. Il existe de nombreux facteurs de

motivation ainsi que d'attraction qui poussent les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat. Elles désirent aussi s'affirmer dans la société. C'est ce que nous dit la participante n° 2 en ces termes : « *Ce qui m'a réellement motivé à entreprendre ce sont mes grossesses et ma vie de foyer, car il fallait tout réorganiser selon mon travail. J'ai donc décidé de travailler à mon propre compte pour être le libre arbitre de mon emploi du temps* ». Les femmes entrepreneures estiment que « *la voie de l'entrepreneuriat reste la meilleure option pour être indépendante* » (participante n° 3).

Ces dernières années, l'émergence d'une communauté croissante de femmes entrepreneures en Afrique a été décrite comme le développement économique et social le plus important au monde. L'environnement économique des pays africains présente « *les hommes migrant vers les zones urbaines pour gagner leur vie, tandis que les femmes restent pour élever leurs enfants [...] moi j'ai fait le choix du contraire* » (participante n° 6). Dans certaines parties de ce continent, plus de 50 % des ménages sont dirigés par des femmes en raison de la migration des hommes vers les secteurs industriels urbains. Dès lors, dans la plupart des régions du monde, y compris les pays en développement, les femmes sont une force puissante dans leurs communautés. Lorsque ces dernières gagnent un revenu et contrôlent ce qu'elles font avec leur propre argent, leurs enfants ont plus de chances de terminer leurs études, leurs familles mangent mieux et restent en bonne santé. La littérature portant sur le travail des femmes en Afrique met en lumière qu'au cours des deux dernières décennies, les femmes sont devenues de plus en plus les principaux

pourvoyeurs économiques de leurs familles qui se rendent sur les marchés pour faire des affaires (Assoumou Menye & Guetsop Sateu, 2017).

Notons dans cette optique qu'il existe une abondante littérature sur l'importance d'aider les femmes à accroître leur influence sur leur vie et leur environnement. Néanmoins, l'amélioration de leur situation économique devrait être essentielle pour que les femmes exercent un contrôle sur leur vie. Celles qui se lancent dans l'entrepreneuriat citent bon nombre de raisons qui les ont incitées à emprunter cette voie. Une analyse des principales raisons motivant les femmes à se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat a mis en avant les points suivants :

- Une augmentation des revenus ;
- L'autodétermination et l'autonomie ;
- Les attraits de l'entrepreneuriat ;
- Les préoccupations familiales telles que l'équilibre entre carrière et famille;

Ainsi que le manque d'avancement professionnel.

Les facteurs motivationnels comprennent le fait de pousser les femmes à gagner leur vie. Ces dernières se trouvent alors dans une situation où elles n'ont d'autres choix que de gagner. Dans de telles situations, les femmes se lancent dans des microentreprises et des entreprises à domicile comme c'est le cas de la plupart de femmes que nous avons interviewées. En revanche, pour des participantes, les motivations vont au-delà de la passion ou de la nécessité financière. À cet effet, pour la participante n° 4 : *« j'ai passé toute ma vie en Europe, mais chaque fois que je venais en vacances dans mon pays, repartir me rendait triste. [...] J'ai donc décidé*

de rentrer définitivement. Le problème est qu'il y avait juste deux entreprises qui correspondaient à mon besoin professionnel, mais qui m'avait dit ne pas recruter. J'ai donc décidé de me mettre à mon propre compte ». Il y a aussi, des femmes qui sont à la recherche d'un accomplissement personnel : *« [...] j'avais besoin d'épanouissement, mais surtout de ressentir, ce sentiment d'accomplissement, qui m'a longtemps été dérobé au détriment des hommes quand j'étais salariée »* (participante n° 8). Notons que les facteurs motivationnels sont quelque chose qui attire les femmes vers le monde des affaires. Leur désir de diriger, d'apporter un changement, d'obtenir la reconnaissance, le respect, le statut social, d'avoir une indépendance économique ainsi que d'autres choses similaires motivent considérablement les femmes à se lancer.

L'impact de l'inégalité des sexes

L'attribution de différents rôles dans toute organisation en se basant sur le sexe a été un facteur de la plus haute importance pour que la plupart des répondantes adoptent l'entrepreneuriat plutôt qu'un emploi. Pour certaines participantes, les postes de direction inférieurs à leurs compétences ont été une raison pour laquelle bon nombre de femmes ont quitté leur emploi pour se lancer à leur compte : *« je ne pouvais pas rester dans un milieu de travail très sexiste qui privilégie les hommes au détriment des femmes surtout à cette ère »* (participante n° 8). Nos répondantes font souvent face à des iniquités : *« ma promotion m'est passée sous les yeux à deux reprises, car pour mon employeur j'avais trop de responsabilités étant mère pour me consacrer pleinement à mes fonctions »* (participante n° 10). Le manque de reconnaissance basée sur la discrimination sexuelle a inquiété de nombreuses

femmes pour continuer à relever des défis afin de gagner la course dans leur carrière. Dans divers domaines, les entreprises n'ont pas toujours été accueillantes pour les employés de sexe féminin. Qu'il s'agisse d'embaucher des femmes après une interruption de carrière, d'offrir des possibilités de travail à distance ou d'autoriser des horaires de travail flexibles ainsi qu'un salaire égal, « *différentes contraintes empêchent une femme d'accéder ou de reprendre son emploi, et cela, peu importe ses compétences* » (participante n° 9). La participante n° 10 explique aussi : « *lors d'une conférence à laquelle j'ai assisté en août 2019 au Sénégal, j'étais agréablement surprise de voir qu'il y avait beaucoup plus de femmes entrepreneures que d'hommes, mais leurs entreprises étaient moins rentables et avec une croissance retardée par rapport à leurs homologues* ». Les soucis de rentabilité et de croissance retardée des entreprises détenues par les femmes, serait dû aux faits que : « *quelques clients qui ont annulé leur commande avec moi quand ils ont vu qu'ils allaient négocier avec une femme. [...], car pour eux, la somme est trop conséquente pour traiter avec une femme* » (participantes n° 6). La participante n° 2 insiste aussi sur le fait que : « *les hommes sont les plus plébiscités. Et ce juste parce que ce sont des hommes. Il y a des marchés pour lesquels on m'a exclu juste parce que je suis une femme. Les entreprises font plus confiance aux hommes et cela est dû à la culture et tradition africaine qui paraissent ancestrales et pourtant très actuelles en passant l'homme avant la femme [...] ou au stéréotype qui place l'homme comme un sexe fort, quelqu'un qui n'a pas de contraintes familiales comme la femme* ».

Influence et modèle entrepreneurial

L'influence et la présence de modèle entrepreneurial ont été des facteurs de motivation majeurs pour la plupart des répondantes à se lancer dans l'entrepreneuriat. À ne pas en douter, elles se sont inspirées par des personnes qui réussissent et qui deviennent des modèles. Ces figures d'inspiration peuvent être un membre de la famille comme l'affirme la participante n° 3 en ces termes : « *L'intention m'est venue en voyant ma mère travailler quand j'étais toute petite et qui avait rarement le temps d'être avec nous. J'ai donc décidé à mon tour d'être entrepreneure pour gérer mon propre horaire et être plus tard disponible pour mes enfants* ». Pour sa part, la participante n° 7 affirme que : « *Ce qui me motive le plus c'est la fierté qu'éprouve mon mari en me voyant évoluer dans ce travail* », ou un entrepreneur célèbre qui a réussi tels que : « *Leticia N'cho, Akouba Angola, Ada Osakwe* » qui sont des modèles de réussite pour la participante n° 10.

Des études ont montré qu'une grande partie des parents de femmes entrepreneures sont des entrepreneurs et que la carrière des parents d'entrepreneurs dessinait fortement, la personnalité d'entrepreneurs chez leurs enfants (Boutillier, 2008; d'Andria & Gabarret, 2016). Cela s'applique aux femmes comme aux hommes. Toulabor (2012) indique d'ailleurs que la présence d'une mère-entrepreneure renforce plus le sentiment d'indépendance chez sa fille et aura une influence sur son désir d'entreprendre. La participante n° 4 l'exprime dans son vécu en ces termes : « *Ma mère, veuve avec une charge de 7 enfants, dont 3 garçons, s'est occupée de tous avec ses maigres moyens provenant de son petit commerce* ».

Insuffisance de revenus, pauvreté et chômage.

À la question de savoir pourquoi les femmes entreprennent? Woldie et Adersua (2004), présentent des facteurs tels que l'inégalité des sexes, la pauvreté, le chômage, la cherté de la vie, qui ont incité les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat. D'ailleurs selon la participante n° 5 : *« l'entrepreneuriat s'est présenté à moi comme une opportunité qu'il fallait coûte que coûte choisir, car, je peinais à me trouver un stage après ma formation. Le plus souvent quand j'en trouvais, la rémunération ne me permettait pas d'assurer mon transport mensuel, car très insuffisante »*.

En effet, parmi ces nombreuses motivations à entreprendre, il est important de noter celui de l'insuffisance de revenus. À cet effet, la participante n° 1 souligne que : *« L'envie d'entreprendre, m'est venue du fait que mon salaire à lui seul n'arrivait pas à supporter mes charges, d'épargner et m'épanouir »*, ou encore selon la participante n° 7, *« avec la cherté de la vie, le salaire de mon époux et moi n'arrivait pas à combler toutes les charges, il fallait donc trouver une autre source de revenus »*. À cette ère, avec l'inflation des prix de tout sur les marchés, *« il est vraiment difficile pour les familles de joindre respectivement les deux bouts avec juste le salaire comme revenus du foyer »* (participante n° 10). L'entrepreneuriat permet donc *« de soutenir financièrement le mari dans les charges du foyer, car le train de vie a beaucoup augmenté »* (participante n° 7).

L'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle et le désir d'apporter une contribution sociale semblent être les principaux facteurs de motivation à l'entrepreneuriat pour les participantes. L'analyse des données récoltées auprès de ces dernières souligne que cette attitude bienveillante qu'est la contribution sociale

se manifeste dans le style de leadership des répondantes, mais aussi que des objectifs autres que la croissance économique guident les entreprises des répondantes. Les femmes interviewées croient en effet fermement qu'une entreprise prospère doit redorer la communauté, renforçant de ce fait le facteur de contribution sociale.

En outre, avec une population active de plus de 400 millions de personnes qui augmentera d'au moins 70 % d'ici l'année 2035, le continent africain se trouve à la croisée des chemins. L'Afrique pourrait soit exploiter ce capital humain actif et viable pour générer une forte croissance, soit souffrir d'une insécurité encore plus grande, du chômage et d'une foule de défis économiques, dans la mesure où la population en question est laissée inactive.

Toutefois, ce qui distingue les perspectives de carrière des femmes, c'est le fait que leurs options en dehors de l'entrepreneuriat sont rares et espacées. Réussir au sein de leur petite entreprise peut faire la différence entre gagner sa vie décemment et tomber dans la fragilité économique.

4.3. La fracture du genre

La fracture du genre est un terme abordé dans plusieurs domaines d'activité et qui nous a permis, de décrire comment les participantes perçoivent la présence de la femme par rapport à l'homme sur le marché entrepreneurial et sur les NTIC. En nous basant sur l'ensemble des données que nous avons recueillies auprès des femmes interviewées au cours de notre recherche, nous constatons un écart entre les sexes bien établis dans l'entrepreneuriat. Les entreprises dirigées par des femmes africaines sont moins susceptibles d'obtenir un financement externe que les

entreprises dirigées par des hommes d'obtenir un financement externe. En effet, dans la pratique : *« pour avoir travaillé dans une institution financière, les politiques de financement n'étaient pas tendres avec les femmes pour l'obtention d'un crédit même si c'était vraiment justifié. [...], car la rentabilité de leur projet était deux fois plus longue que ceux des hommes et la majorité des entreprises qui fermaient étaient celle des femmes »* (la participante n° 1).

La part la plus importante de l'écart provient d'une part des différences entre les sexes dans l'orientation initiale des start-ups, d'autre part, cet écart provient aussi de l'éducation, plus précisément, sur ce qui serait convenable pour une femme ou un homme pour la société.

En effet d'après les explications de la participante n° 1 : *« Actuellement, homme comme femme rencontrent les mêmes difficultés en entrepreneuriat. Entreprendre c'est hyper difficile contrairement à ce qu'on fait croire, et chaque projet a ses réalités et je pense qu'aucun coaching ne peut élaborer un plan de réussite en entrepreneuriat hormis la persévérance, la détermination et la prière, surtout cela. Cela est dû au fait que dès le bas âge, l'on nous apprend qu'il y a des domaines d'activités propres aux hommes spécifiquement, tels que les NTIC. Il y a un désintéressement de la part des femmes et aussi les parents n'encouragent pas, même quand certaines femmes veulent s'y adonner, car qualifiées de métiers d'hommes »*.

Il est vrai que les parents africains préfèrent que les jeunes filles se concentrent beaucoup plus sur les tâches ménagères et leur enseignent à être de bonnes

épouses : « moi, ma mère m'a juste formé pour être une très bonne femme au foyer » (participante n° 6).

Selon les explications de la participante n° 2 « Je dirais que c'est d'abord dû à l'éducation. Ce domaine d'activité requiert un certain niveau d'étude et l'on sait qu'en Afrique, la priorité est mise sur l'homme pour les études au détriment des femmes dans les familles moins nanties. Mais, il y a aussi cette tendance, qu'on a de classer les métiers selon le sexe en nommant un certain nombre de travaux de métier d'homme. L'impact est grand, car aujourd'hui le marché de l'emploi est exigeant et il faudrait maîtriser le numérique pour s'y inclure. Les femmes répondent rarement au profil recherché pour leur manque de compétence dans les tics. Elles sont donc plus contraintes au chômage ».

Interviewée à ce sujet, la participante n° 3 affirme aussi que « Pour moi, tout part de l'idée qu'on se fait soit même. Il y a un stéréotype du genre créé depuis nos cultures ancestrales, qui placerait l'homme au-dessus de la femme. Pour moi, une femme qui est consciente qu'elle est l'égale de l'homme ne sera pas confrontée à cette sensation d'inégalité. [...] Comme je le disais tantôt, le stéréotype du genre que nous inflige notre culture apporte un rôle négatif dans notre société. On a tendance à qualifier certains métiers, de métier d'homme, et les NTIC en font partie. Pour moi, en dehors de tout ce qui a été cité, il faut noter qu'en Afrique dans les familles défavorisées, la priorité dans l'éducation est donnée aux garçons. [...] notre culture prépare plus la femme au mariage qu'à l'autonomisation ».

La participante n° 4 affirme également qu' : « Il existe plus de difficultés pour les femmes par rapport aux hommes en entrepreneuriat et l'on pourrait l'attribuer à

l'adoption du patriarcat dans nos sociétés, car bien vrai que la loi nous présente de façon égale, il en est autre chose dans le vécu. Il y a plus d'hommes et de femmes dans ce domaine et cela peut être dû au manque d'information sur le secteur parce que de nombreuses femmes pensent qu'il faut être très instruites pour utiliser le digital. Pourtant, pour faire de la vente en ligne ou proposer ses services au public, il faudrait juste savoir lire et écrire. [...] On peut citer des problèmes d'ordre culturel qui prétend que la place de la femme est à la cuisine comme le disent les jeunes ici ».

La participante n° 8, partage le même avis que la participante n° 1 et explique que : « *Je ne pense pas qu'en 2022, il existe des difficultés pour les femmes par rapport aux hommes en entrepreneuriat* ». En effet, toutes les femmes de ne perçoivent pas la difficulté que d'un seul côté. Pour la participante n° 8 et n° 1, les choses ont bien évoluées et qu'on soit homme ou femme, les difficultés sont pareilles.

Sans nul doute, même si l'entrepreneuriat est l'une des caractéristiques les plus importantes de l'économie de l'Afrique actuelle, lancer une nouvelle entreprise semble particulièrement désavantageux pour les femmes, qui ont nettement moins de chances de réussir en tant qu'entrepreneures. Pour la participante n° 5, le déséquilibre entre les femmes et les hommes entrepreneurs est particulièrement remarqué dans les entreprises à forte croissance, où les femmes représentant une part beaucoup plus faible des fondateurs ne sont pas capables d'obtenir des résultats en matière de capitaux propres, plus spécifiquement dans le domaine des NTIC ou des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Au cours de nos recherches sur le terrain, nous avons constaté qu'il existe un large consensus sur le fait que les femmes restent largement sous-représentées dans ce secteur. Et d'après les explications de la participante n° 5 *« les femmes sont juste intimidées par les hommes dans ce domaine. À cause de tous ces préjugés prônant l'homme comme celui qui domine tout. Ce domaine a longtemps été mystifié par la société, ce qui freinait certaines femmes à se lancer dans les TIC. Une société très patriarcale et imprégnée de ses traditions ancestrales qui n'adhérait pas vraiment à l'inclusion de la femme dans le milieu du travail et surtout à des postes dits travaille d'homme »*.

Toutefois, malgré les nombreux témoignages et les nombreuses recherches sur ce thème, il convient de mentionner que notre compréhension en ce qui concerne la fracture du genre dans l'entrepreneuriat reste incomplète. Pour toutes ces participantes, les difficultés à entreprendre s'accroissent, dans le domaine des nouvelles technologies d'informations et de communications. Cela peut être dû au fait que *« notre société africaine très patriarcale dans laquelle, règne les us et coutumes ancestraux commence à peine à accepter l'inclusion de la femme dans le secteur du travail et surtout à des postes qui étaient occupés par des hommes, comme le domaine des NTIC »* (participante n° 3).

La représentation des femmes sur le marché du travail, la fracture de genre reste obstinément présente dans le monde de l'entreprise. Pour la participante n° 10, seulement une petite portion des entreprises africaines a une femme comme PDG, et celles qui travaillent gagnent moins que les hommes. Le soutien et les possibilités d'avancement des femmes sont particulièrement limités dans les industries à

prédominance masculine, qui constituent la majorité du marché du travail. C'est la raison pour laquelle «de nombreuses femmes confrontées à un manque persistant de revenus, et de perspectives de croissance dans les industries à prédominance masculine cherchent à gagner du terrain en fondant leurs propres entreprises » (participante n° 1).

Cela fait, ces femmes entrepreneures peuvent être confrontées à de nouveaux obstacles comme le démontrent les explications de nos participantes. En outre, de nombreuses recherches (Davis, 2012; Glidja, 2019) attestent qu'un écart important entre les sexes persiste même en tenant compte de facteurs pouvant affecter le financement, tels que le besoin de capital de l'entreprise et la qualité de l'entreprise et du fondateur. De ce fait, il est donc souhaitable de maximiser les opportunités pour les aspirantes entrepreneures de réaliser cette ambition, et de progresser entre les sexes en matière de participation à l'entrepreneuriat.

4.4. Importance des NTIC

Au cours de nos entretiens, nous avons constaté que l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication est un fait connu qui semble devenir de plus en plus fort ces dernières années partout dans le monde et même en Afrique. En effet, les interactions sociales sont très présentes dans les NTIC : *« quand j'ai commencé à faire du commerce, il me fallait obligatoirement voyager pour croiser mes fournisseurs. [...] Aujourd'hui, grâce aux NTIC, j'arrive à négocier et m'assurer de la qualité des produits sans voyager. [...] Si ça avait été aussi populaire quand j'étais plus jeune, je crois que je n'aurais pas arrêté d'aller à l'école »* (participante n° 7). La participante n° 1 explique quant à elle, la capacité d'expansion

et de contrôle des NTIC est l'essence même du connectivisme : « *c'est grâce aux NTIC aujourd'hui que je peux me permettre de rester salarié et avoir des boutiques en ligne. [...] Je n'ai pas le temps d'ouvrir une boutique et d'être physiquement présente. Les NTIC me sont d'une importance capitale pour m'assurer un bon revenu et pour étendre mon activité* ». Alors que, de plus en plus d'entrepreneures en comprennent l'importance pour leur entreprise, le secteur des NTIC prend le contrôle des industries sur le continent africain : « *toutes les nouvelles entreprises agricoles utilisent de nos jours des machines de plus en plus sophistiquées pour permettre un travail plus efficace et plus rapide* » (participante n° 6). Il est vrai que de plus en plus d'opportunités sont créées, plus spécifiquement pour les femmes qui veulent entreprendre et qui souhaitent avoir un juste équilibre entre vie privée et vie professionnelle, et cela est possible grâce aux NTIC : « *je prends mes commandes tous les soirs à ma descente et je les remets à des prestataires pour la livraison. Je gère donc moi-même mes horaires. [...] Les NTIC me permettent d'avoir un contrôle sur mon entreprise* » (participante n° 1). Dans le même temps, de plus en plus de femmes désirant entreprendre ou qui possèdent des entreprises et voulant les faire croître se concentrent sur les améliorations ainsi que l'évolution des pratiques commerciales basées sur les nouvelles technologies d'information et de communication : « *je propose un service selon les matériaux digitaux que j'ai. [...] le milieu de la technologie et du digital est très capricieux et il vaut mieux faire beaucoup attention, car il y a tout le temps de l'innovation. [...] si je prends la décision d'agrandir je dois y mettre les moyens financiers, mon énergie et surtout mon temps*

que je préfère consacrer à mes enfants qui sont encore très jeunes » (participante n° 4).

Sans nul doute, les technologies ont déclenché dans l'environnement entrepreneurial africain des changements considérables, et cela dans bon nombre de domaines. Avec l'évolution technologique, les NTIC continueront en ce sens et tout ce que nous pouvons faire est d'attendre et d'évoluer avec elles; d'autant plus que dans le domaine de l'entrepreneuriat, lesdits changements sont beaucoup plus rapides. Actuellement, une entreprise de quelle que nature que ce soit ne peut croître sans impliquer les NTIC, car : *« pour être reconnu comme une grande entreprise et avoir accès à de grands fournisseurs et clients, il faut bien-être en phase avec son temps. [...] et aujourd'hui, nous sommes à l'ère des NTIC »* (participante n° 7). La participante n° 4 estime que l'environnement entrepreneurial est changeant et les entreprises actuelles se doivent d'être innovantes : *« il faut toujours se mettre au goût du jour et adapter ses services aux besoins actuels. [...] l'environnement entrepreneurial n'est jamais stable et je pense que les NTIC qui innovent à chaque fois, répondent bien à cet environnement »*.

Au cours de nos entrevues, les participantes n° 1 et 3 ont affirmé que l'e-commerce est désormais présent partout. Grâce à ce dernier, les entreprises africaines peuvent être connectées aux consommateurs africains, mais aussi du monde entier et les fournir des produits ainsi que des services par les biais des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Questionné à ce sujet, la participante n° 1 affirme que : *« au vu de l'évolution et de la modernisation du monde, les nouvelles technologies et l'entrepreneuriat vont de*

pair. Les NTIC nous facilitent vraiment et marketing et communication surtout dans le digital ».

En effet, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont complètement modifié le marketing ainsi que la publicité. Tout est numérique de nos jours, puisque les consommateurs africains, qui sont de plus en plus constitués par les jeunes générations, sont ultras connectés. De ce fait, l'utilisation des NTIC facilite comme l'affirme la participante 1, le marketing, puisque les consommateurs sont toujours en ligne. Aussi, grâce à ces nouvelles technologies, les femmes entrepreneures s'adressent désormais à plus de personnes, elles peuvent envoyer leurs messages plus rapidement et plus facilement et, par conséquent, augmenter leurs revenus.

Selon les explications de la participante n° 3 : *« En cette ère, les NTIC représentent le présent et l'avenir, car, il évolue de jour en jour avec de nouveaux projets et produits novateurs, porteurs de développement social et de richesse économique. Je pense que ce milieu est porteur d'opportunité pour tous, qui a des avantages particuliers pour chaque attente. Parlant des femmes, ce domaine collerait mieux avec le besoin qu'elles ont d'accomplir plusieurs tâches. C'est-à-dire travailler tout en ayant le temps de gérer leur famille, car, grâce aux NTIC, elles auront la possibilité d'opter pour le travail à domicile et optimiseront les déplacements ».*

Sans nul doute, grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, les femmes entrepreneures peuvent répondre et s'adapter à toutes les demandes de la clientèle ; de plus, les communications sont plus faciles et plus rapides. D'ailleurs, avec les nouvelles technologies en question, les entrepreneurs

n'ont plus besoin d'un véritable magasin physique ou même d'un bureau pour fournir des produits ou des services. Tout peut se faire en ligne, et cela depuis les premiers échanges avec les consommateurs aux achats et à l'expédition des produits.

En ce sens, la participante n° 4 souligne que : *« Nous restons convaincus que le digital reste un vaste champ d'opportunités, vu qu'il est encore à l'étape embryonnaire en Côte d'Ivoire et offre beaucoup d'opportunité. Une opportunité à saisir, car plein de secteurs doivent être transformés. Les potentialités de la digitale sont énormes, un vaste marché naissant en Afrique et en Côte d'Ivoire. En plus, il requiert un investissement minime. Par exemple, il suffit de se connecter avec un ordinateur ou un portable sur internet pour converser avec un fournisseur qui se trouve au bout du monde, sans toutefois se déplacer ou encore proposer ces produits, ses services en étant assis chez soi. On prend alors un avantage en temps et en finance ».*

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication facilitent les échanges; et une fois que les coûts des services publics sont minimisés, les prix baissent. À mesure que les prix baissent, de plus en plus de personnes peuvent avoir accès à des produits ainsi qu'à des services, ce qui peut les aider à améliorer leur qualité de vie.

Dans cette optique, la participante 5 affirme que : *« Les NTIC restent l'un des principaux moteurs essentiels de l'entrepreneuriat en 2022. Les NTIC c'est l'avenir. Le potentiel de chaque femme sera mis en évidence, ce qui facilitera l'insertion dans certains milieux et favoriser certaines opportunités d'affaires ».*

Au cours des dernières décennies, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont connu un développement très rapide et elles ont été introduites dans l'ensemble des segments de la vie des gens. Cela a donc apporté de nouvelles opportunités au monde de l'entrepreneuriat, mais aussi à celui des consommateurs. Les outils NTIC modernes peuvent réduire considérablement les coûts, mais également accroître la productivité ainsi que l'efficacité au niveau des individus et des entreprises. Les outils en question ont aussi engendré des changements profonds dans le domaine de l'entrepreneuriat africain, notamment au niveau de la communication, de l'accessibilité et aussi de la disponibilité des informations. À ne pas en douter, par le biais du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, beaucoup de choses ont changé en Afrique, plus spécifiquement dans le monde de l'entrepreneuriat et beaucoup peuvent être réalisées plus efficacement et avec plus de succès. À titre d'illustration, notons que les NTIC peuvent permettre aux entrepreneures de tester divers scénarios de prise de décision. C'est pour cette raison que bon nombre de personnes interviewées pensent que les nouvelles technologies de l'information et de la communication peuvent être utilisées comme un outil pour créer et développer des compétences entrepreneuriales.

En ce sens, la participante n° 6 souligne que : *« les NTIC sont pour moi, indispensables en 2022 pour l'entrepreneuriat. Aujourd'hui, tous les secteurs sont bien à entreprendre, mais la majorité des secteurs les NTIC s'avère indispensable en 2022 »*.

En effet, les nouvelles technologies de l'information et de la communication offrent de nombreuses opportunités d'apprentissage, des outils de base de données, des solutions de planification d'entreprise ainsi que, des opportunités de formation commerciale et cela grâce à des simulateurs de plan d'entreprise. Des éléments pouvant aider les femmes à réussir dans le monde de l'entrepreneuriat. Les nouvelles technologies en question peuvent aussi aider à développer la communication sur les réseaux sociaux.

De la vente de vêtements et accessoires pour enfants, de la création et de la gestion des sites et de la communication digitale des entreprises, du gestionnaire de communauté, aux entreprises spécialisées dans l'évènementiel, à l'import-export, la technologie avec l'avantage supplémentaire d'internet et de bon nombre d'outils apportés par la technologie de l'information et de la communication devient de plus en plus une partie intégrante de l'environnement des affaires ainsi que de nos vies.

Ainsi, selon les explications de la participante n° 7, les NTIC : *« est un trésor. Si je l'avais connu dans ma jeunesse, je n'aurais pas eu à arrêter mes études. J'aurais pu allier business en ligne et me permettre de financer mes cours et ceux de mes frères. Les NTIC offrent tellement d'opportunités de carrière qui peuvent éloigner les jeunes filles de la pauvreté et des vices de la société. Aujourd'hui, on fait de la restauration en ligne, des prestations de coursiers en ligne. Il suffit maintenant juste de présenter son talent sur internet et fixer des prix pour avoir de la clientèle. On n'a pas obligatoirement besoin d'avoir un local pour exercer grâce à internet et moi j'appelle ça la magie du web ».*

Les nouvelles technologies de l'information et des communications sont généralement devenues une preuve importante de la croissance de la technologie en Afrique. De plus, l'Afrique a connu, dernièrement, un afflux d'avantages commerciaux qui en découlent. La hausse grandissante de l'accès au téléphone mobile et l'introduction des téléphones intelligents ont, sans nul doute, accru l'accès à internet. La présence des téléphones portables et d'internet a créé des secteurs totalement nouveaux, donnant ainsi naissance à de nouvelles entreprises et fournissant des emplois à de nombreuses personnes, tout en ayant un impact considérable sur l'esprit d'entreprise, mais également les modèles commerciaux. En résumé, nous avons constaté que les contributions notables des nouvelles technologies de l'information et de la communication à l'entrepreneuriat comprennent les points suivants :

- **Accès aux marchés** : Le commerce électronique a réduit, et ce de manière considérable, le besoin d'infrastructures physiques pour que le commerce ait lieu. Les nombreuses plateformes donnent aux femmes voulant se lancer dans l'entrepreneuriat, un accès aux marchés dans toutes les régions du pays, mais également partout dans le monde.
- **Coordination commerciale virtuelle et efficace** : les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont complètement révolutionné la manière dont les entreprises africaines fonctionnent de nos jours. Les entreprises en question utilisent différentes applications et ne nécessitent généralement pas la présence physique du propriétaire de l'entreprise. Elles peuvent être gérées de manière efficace et virtuelle.

- **Communication marketing et publicité** : avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, il est possible de transmettre facilement des messages publicitaires par le biais d'un tweet sur Twitter, des vidéos sur YouTube, un message sur Facebook, etc., et cela à des tarifs bien moins chers.
- **Accroître les flux de revenus, mais aussi économiser du temps ainsi que de l'argent** : les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont fourni de nouvelles opportunités intéressantes pour augmenter les revenus des femmes entrepreneures africaines.
- **Téléconférence** : les entrepreneures peuvent réaliser des réunions grâce aux systèmes de technologie de vidéoconférence permettant à divers sites ou encore de communiquer plus par le biais des transmissions audio et vidéo bidirectionnelles simultanées, qui éliminent de ce fait la logistique des déplacements, faisant ainsi économiser du temps et de l'argent.

Tout ce que nous venons de mentionner soutient les explications de nos participantes.

Somme toute, force est de constater que les nouvelles technologies de l'information et de la communication représentent une opportunité importante pour les femmes entrepreneures africaines, car elles leur offrent de nombreux avantages considérables.

4.5. Prospectives

Au cours de notre analyse de données, les participantes n° 4 et n° 6 exposent le fait que des différences entre les femmes et les hommes entrepreneurs apparaissent à différents stades, et s'accroissent au fil des années et que les politiques doivent impliquer de nombreuses interventions, ciblant bon nombre d'acteurs à plusieurs stades de l'entrepreneuriat.

Nous avons constaté que la majorité des femmes en plus d'accuser les normes sociales qui seraient un frein à la motivation entrepreneuriale, accusent aussi les différentes politiques gouvernementales qui font : « *moins ou je dirais ne font pas assez de campagnes de sensibilisation, de formation pour l'apprentissage d'outils informatiques* » (participante n° 3). La participante n° 7 et n° 8 ont proposé une restructuration des centres de services aux entreprises locales dans les communautés, de sorte que l'information puisse être plus largement diffusée et accessible à toute la population, car pour elle : « *le plus gros souci, c'est que tout soit centralisé à la capitale. Les petites régions comme où j'ai grandi, n'ont pas facilement accès aux informations* » (participante n° 7) et « *je pense bien que si je n'avais pas aménagé à la capitale après mon mariage je n'aurais pas été informée et formée pour être où j'en suis* » (participante n° 8). Nos participantes proposent donc aux institutions comme les ONG et les politiques gouvernementales d'inclure les populations des zones rurales dans leur sensibilisation. La participante n° 1 demande aussi aux femmes entrepreneures de « *s'approcher des ONG [...], pour partager son expérience. Il y a des jeunes filles qui ont juste besoin de modèles* ». Tout comme, le conseil la participante n° 1, les participantes n° 7, n° 8 et n° 10 participent à des campagnes de sensibilisation des jeunes des écoles primaires,

collèges, lycée, université, et dans des centres de formation et de réinsertion sociale sur l'importance de se familiariser aux outils des NTIC comme l'informatique, ou encore partager leur expérience en expliquant qu'il n'y a pas des métiers typiques réservés aux hommes ou aux femmes. Ces dernières affirment aussi avoir suivi des formations pour en être là et qu'il n'y a pas d'âges pour apprendre.

CHAPITRE 5

SYNTHÈSE ET DISCUSSION

Dans la présente partie de notre étude, nous allons discuter les résultats obtenus pour mieux comprendre et décrire la place de l'entrepreneure africaine dans les NTIC. Les données récoltées auprès de nos participantes soulignent qu'il est encore difficile en Afrique pour les femmes d'entreprendre. En effet, celles-ci font face à de nombreux obstacles. Parmi ces derniers, nous pouvons citer le manque de systèmes de soutien autour de ces dernières. Partout en Afrique, les femmes sont socialement définies comme les gardiennes de la famille, c'est-à-dire que ces dernières doivent s'occuper de leurs enfants, prennent soin de leurs maris ainsi que des unités familiales. Et elles sont plus susceptibles d'être socialement punies pour ne pas tenir ou encore remplir leurs rôles. Par conséquent, elles souffrent d'un manque de soutien venant de leurs familles. De plus, la communauté a également du mal à accepter la femme entrepreneure. Le soutien social de la famille ainsi que des amis fournissant des modèles positifs et plus particulièrement des parents promouvant les aspirations entrepreneuriales pendant l'enfance participent, sans nul doute à créer des conditions environnementales positives favorisant l'entrepreneuriat féminin. Au cours de notre analyse des données, nous avons pris connaissance qu'il existe un certain nombre d'actions que les décideurs politiques peuvent réaliser, comme :

- Fournir des subventions assorties de conditions appropriées aux femmes voulant devenir indépendantes;

- Mettre en place de mesures politiques pouvant encourager le secteur privé à créer un accès plus facile au capital pour les femmes.

Même si les mesures en question ne résolvent pas entièrement la fracture de genre en matière d'entrepreneuriat, nous pensons qu'elles peuvent contribuer à la réduire, et cela de manière considérable. Elles sont victimes de discrimination sur les marchés du travail. Nos entrevues nous ont aussi permis de comprendre que la fracture de genre peut s'expliquer en partie par les nombreuses discriminations auxquelles les femmes font face. Des discriminations dues à plusieurs facteurs, parmi lesquels nous pouvons citer :

- La discrimination salariale ;
- Une plus faible participation des femmes sur les marchés à hauts salaires ;
- La discrimination en matière de promotion ;
- La différence d'horaires de travail, car les femmes assument une plus grande part des tâches familiales ;
- Une forme de discrimination exercée par les femmes elles-mêmes qui, souvent sans le savoir ou encore par crainte de réponses négatives, demandent des salaires inférieurs à ceux des hommes pour les mêmes postes.

À cela s'ajoute également le mauvais accès à l'information et aux conseils. Nous avons constaté qu'il est essentiel de restructurer les centres de services aux entreprises locales dans les communautés, de manière que l'information puisse être plus largement diffusée et accessible à toute la population. Une diffusion qui est de

nos jours facilitée grâce aux nouvelles technologies. Nous avons aussi pris connaissance que le manque d'esprit d'entreprise, un manque d'acceptation au sein de la communauté, un manque de connaissances dans le domaine des affaires, le manque de compétences en gestion et les préjugés masculins sont également des obstacles à l'entrée des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, dans la vie de tous les jours, les rôles et les responsabilités des femmes africaines sont chronophages et plus difficiles en raison des problèmes causés par un manque d'infrastructures et de services de base au niveau local.

La place de l'entrepreneure africaine dans le secteur des NTIC est de plus en plus significative et en constante évolution. Au cours des dernières années, on observe une augmentation notable du nombre d'entrepreneures africaines qui se lancent dans le secteur des NTIC. Elles embrassent de plus en plus les opportunités offertes par les nouvelles technologies pour créer et développer leurs entreprises. Les entrepreneures africaines apportent souvent des idées innovantes et des solutions technologiques créatives aux défis spécifiques auxquels sont confrontées les communautés africaines ou pour donner vie à leur passion. Elles utilisent les NTIC pour aborder des problèmes sociaux, économiques et environnementaux, et contribuent ainsi au développement socioéconomique de leurs pays. Les nouvelles technologies jouent un rôle clé pour surmonter certaines barrières traditionnelles auxquelles les femmes entrepreneures peuvent faire face. Les plateformes en ligne, les réseaux sociaux et les outils de commerce électronique leur offrent de nouvelles opportunités pour accéder à des marchés plus larges, à des ressources financières et à des partenariats stratégiques. Les nouvelles technologies renforcent

l'autonomie des femmes entrepreneures en leur permettant de travailler de manière flexible, d'accéder à des connaissances et à des compétences, et de créer des réseaux professionnels. Elles jouent un rôle essentiel dans l'émancipation économique des femmes en leur offrant des possibilités d'indépendance financière et de leadership. Il convient de souligner que malgré les avancées, des défis subsistent pour les entrepreneures africaines dans le secteur des NTIC. Cela inclut les obstacles tels que l'accès aux financements, les disparités de genre persistantes, le manque de modèles féminins dans l'industrie et les défis liés à l'infrastructure technologique.

Certaines participantes ont trouvé des moyens pour contourner ces obstacles. Elles ont décidé de participer à la sensibilisation des jeunes dès le primaire, sur l'importance de se familiariser aux outils des NTIC comme l'informatique, ou encore partager leur expérience en expliquant qu'il n'y a pas des métiers typiques réservés aux hommes ou aux femmes.

Certaines, ont été éduquées dans des foyers traditionnels stricts, ont peu d'éducation, se sont mariées relativement jeunes et n'ont eu que peu ou pas d'expérience urbaine. Alors que la génération de revenus, que ce soit pour le profit ou pour soutenir les moyens de subsistance de la famille, constitue une force motrice derrière l'entrepreneuriat des femmes, nous avons reconnu que certaines femmes ne sont pas seulement motivées en raison de leur pauvreté. Autrement dit, les femmes sont motivées par une variété de facteurs d'opportunité, des facteurs d'attraction, ou encore des facteurs d'incitation.

Pour d'autres, elles sont motivées pour des besoins financiers, en raison de la situation familiale. Les facteurs motivationnels en question sont le produit de conditions désespérées ; l'entrepreneuriat constitue alors pour elles la seule option disponible pour gagner leur vie, plutôt qu'un choix positif. En ce sens, elles veulent entreprendre, car :

- Elles ont un revenu familial insuffisant ;
- Elles ne sont pas épanouies de leur emploi actuel ;
- Elles ont beaucoup de difficultés à trouver du travail ;
- Elles ont besoin d'horaires de travail flexibles en raison des conditions familiales.

Les femmes sont de ce fait motivées à entreprendre, car l'entrepreneuriat leur procure un avenir plus stable et une source de revenus attrayante pour une vie meilleure et plus épanouissante. Outre ces facteurs motivationnels, les résultats de nos entrevues ont notamment mis en avant que les femmes africaines entrepreneures sont motivées par la nécessité d'assurer la sécurité de leur famille et non par la maximisation du profit. L'exploration approfondie du système entrepreneurial féminin en Afrique nous a permis de comprendre les dynamiques, les défis et les opportunités spécifiques auxquels sont confrontées les entrepreneures africaines dans le secteur des NTIC. Cela incluant l'analyse des facteurs sociaux, culturels, économiques et politiques qui influencent leur participation à l'entrepreneuriat. La théorie du comportement planifié nous a offert un cadre d'analyse pour mieux comprendre les facteurs qui influencent les décisions et les comportements des entrepreneures africaines dans le secteur des NTIC. Elle

a exploré les attitudes, les normes sociales et le contrôle perçu pour comprendre les motivations et les intentions entrepreneuriales, et nous a permis de voir qu'il y a des facteurs tels que les besoins financiers, la passion et le besoin d'autonomie qui motivent les femmes à s'engager dans l'entrepreneuriat dans le secteur des NTIC en Afrique et d'autres facteurs comme l'ouverture des marchés au monde qui peuvent influencer l'adoption des nouvelles technologies dans leurs entreprises. La théorie du connectivisme a mis l'accent sur les interactions entre les individus, les technologies et l'environnement. Dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin en Afrique, elle a permis de comprendre comment les nouvelles technologies facilitent la connectivité sociale, l'accès à l'information et la collaboration entre les entrepreneures, les clients et les fournisseurs. Elle a mis en lumière l'importance des réseaux et de la connectivité pour l'entrepreneuriat féminin dans le secteur des NTIC. En combinant la compréhension du système entrepreneurial féminin en Afrique, l'importance des nouvelles technologies, la théorie du comportement planifié et la théorie du connectivisme, une analyse approfondie a pu être réalisée pour évaluer les motivations, les comportements et les impacts des entrepreneures africaines dans le secteur des NTIC. En effet, les normes sociales, le besoin de contrôle et leur attitude qu'elles détiennent de leur éducation influent sur leur comportement. Et cela est d'autant plus facilité avec l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication.

Cependant, il convient de noter les limites de ces théories dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin africain des NTIC. Premièrement, la théorie du comportement planifié peut ne pas rendre pleinement compte de certaines réalités

culturelles et contextuelles propres à l'Afrique, ce qui peut limiter sa pertinence. Deuxièmement, la théorie du connectivisme peut sous-estimer les inégalités d'accès à la technologie et les disparités numériques qui peuvent affecter les parcours entrepreneuriaux des femmes en Afrique. Par conséquent, il est important de tenir compte de ces limites et de les intégrer dans l'analyse et les recommandations.

Les nouvelles technologies en question favorisent la création d'entreprises et aident les femmes à entrer facilement dans le monde de l'entrepreneuriat; et cela notamment par le biais des applications plus intelligentes, un traitement plus rapide, un stockage de données amélioré, mais également une diffusion plus large des informations. Les nouvelles technologies rendent aussi les entreprises plus efficaces, augmentent la valeur, optimisent la qualité et stimulent la productivité.

En effet, les femmes africaines sont de plus en plus nombreuses à entreprendre dans le secteur des NTIC, en offrant leurs services aux femmes, en vue de les aider à entrer facilement dans ce secteur. Le monde de l'entrepreneuriat féminin en Afrique a considérablement évolué grâce aux nouvelles technologies :

- Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont donné aux femmes les outils nécessaires pour résoudre des problèmes complexes dans le monde de l'entrepreneuriat, et ce grâce à des applications plus intelligentes facilitant la recherche de données, leur analyse;
- La technologie de l'information et de la communication permet aux femmes entrepreneures de prendre de meilleures décisions. Sans nul doute, les bonnes décisions en affaires reposent sur une solide étude de marché. Cela peut être fait en travaillant avec d'autres personnes, par le biais de

vidéoconférences, par exemple, en examinant le sentiment du public sur les médias sociaux et les forums, et en se basant sur les sondages en ligne afin d'obtenir les commentaires des clients;

- Les nouvelles technologies de l'information et de la communication améliorent le marketing. Grâce à ces technologies, les femmes entrepreneures utilisent des méthodes de publicité en ligne qui sont beaucoup plus précises et efficaces que le marketing traditionnel. De plus, ces derniers peuvent les aider à trouver les publics cibles, découvrir leurs besoins et créer une campagne marketing adaptée en vue de les persuader d'acheter. De nos jours, il est facile de savoir combien de personnes ont cliqué sur une bannière en ligne que de savoir combien de personnes lisent une annonce dans un journal;
- La technologie de l'information a amélioré le support client. Les consommateurs peuvent recevoir une assistance de plusieurs canaux par plateforme de médias sociaux, par téléphone, ou encore par courriels. En outre, les systèmes de gestion de la relation client aident les femmes entrepreneures africaines à comprendre le comportement des clients.

En effet, l'innovation est la vague du futur entrepreneurial africain et si le but des affaires est d'accroître les profits, alors les NTIC s'avèrent le moyen de faire plus de profits, plus rapidement.

Cependant, il convient également de discuter des limites de l'entrepreneuriat féminin en Afrique dans le secteur des NTIC. Malgré les progrès réalisés, les femmes rencontrent encore des défis tels que l'accès limité aux financements, les

stéréotypes de genre persistants et les disparités dans l'accès aux ressources et aux opportunités. Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour créer un environnement favorable, renforcer les réseaux de soutien, promouvoir l'éducation entrepreneuriale et éliminer les barrières structurelles qui entravent la participation des femmes.

Par ailleurs, il serait faux de croire que les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont un domaine dédié aux hommes, car il y a partout dans le monde des femmes qui sont à la tête des grandes entreprises ou start-ups de NTIC. Pourquoi cela ne serait-il pas le cas en Afrique?

Par tradition, l'entrepreneuriat et surtout les nouvelles technologies sont caractérisés comme un phénomène masculin. Cette situation est également due à l'éducation africaine qui est particulièrement patriarcale, donnant la priorité aux hommes. Dans la société africaine, l'entrepreneuriat est considéré comme un risque, un domaine qui demande de l'audace, c'est la raison pour laquelle il était considéré comme étant exclusivement masculin. Mais tel n'est pas le cas de nos jours, car les femmes ont su montrer qu'elles peuvent également entreprendre, et cela au même titre que les hommes. Aujourd'hui, de nombreuses femmes africaines se lancent dans l'entrepreneuriat, malgré les stéréotypes, pour aider leur famille et pour être plus indépendantes.

Nos participantes montrent que leurs motivations sont liées à leur ambition personnelle et que ces ambitions peuvent être aussi liées aux charges résultantes de la conciliation famille-travail. On constate donc que l'environnement et les normes sociales ont un impact sur l'intention et la manière d'entreprendre des participantes

et que les NTIC viendraient par sa qualité de réseau, comme un moyen d'affirmer leur contrôle dans l'entrepreneuriat et de s'étendre.

CONCLUSION

Nous avons vu tout au long de ce mémoire qu'en Afrique, il n'est pas facile pour une femme de créer sa propre entreprise. Selon les explications des personnes interviewées, cela est particulièrement dû aux croyances sociales et à l'éducation parentale dans ce continent privilégiant surtout les hommes au détriment des femmes; et cela a été conforté dans la revue de littérature. En effet, durant de nombreuses années, les femmes ont été marginalisées et réduites seulement au rang traditionnel de la femme au foyer dont le rôle est d'être mère, mais aussi de s'occuper des enfants, du mari et de toute la famille. Toutefois, tel n'est plus le cas actuellement en Afrique, puisque dernièrement, les femmes sont de plus en plus présentes dans le secteur de l'entrepreneuriat et parviennent même à imposer leur leadership en vue de faire évoluer leur entreprise.

Lorsque nous revenons aux origines de l'entrepreneuriat des femmes en Afrique, ce qui nous vient en tête, ce sont surtout des mères vendant leurs produits alimentaires sur les étals du marché. Mais au fil des années, une génération d'entrepreneures est née, notamment des jeunes femmes, cassant les codes et réussissant dans les secteurs qui sont dédiés aux hommes, comme les nouvelles technologies de l'information et de la communication. De nombreuses femmes africaines surfent actuellement sur la vague du numérique, malgré les obstacles. Il est indéniable que l'Afrique est le continent de demain et la transformation digitale a su donner des opportunités à toutes les Africaines voulant entreprendre, et a su ouvrir ses portes, en vue d'avancer sa transformation. Les femmes africaines jouent un rôle de plus en plus important dans la dynamique entrepreneuriale, apportant des

idées novatrices et contribuant au développement économique et social de l'Afrique. Notre étude a permis de constater l'importance des TIC pour l'entrepreneuriat féminin en Afrique. Les femmes entrepreneurs africaines ont largement adopté les TIC comme un outil important pour le développement des affaires. Ces technologies leur permettent d'accéder à de nouveaux marchés, d'accroître leur visibilité et leurs réseaux professionnels et de faciliter la gestion opérationnelle. La transformation numérique offre des perspectives prometteuses pour l'entrepreneuriat féminin en Afrique, et les femmes sont prêtes à saisir ces opportunités pour façonner l'avenir du continent.

En outre, l'étude met en évidence l'existence d'un écosystème entrepreneurial en croissance en Afrique, facilité par l'émergence de plateformes technologiques, d'incubateurs et d'organisations de soutien. Cependant, des défis subsistent, tels que l'accès au financement, les stéréotypes sexistes et les contraintes socioculturelles.

En synthèse, il existe un énorme potentiel pour l'entrepreneuriat féminin dans le secteur des TIC en Afrique. Les femmes entrepreneures africaines ont su profiter des opportunités offertes par les NTIC pour créer et développer leurs entreprises. Cependant, des efforts supplémentaires sont nécessaires pour surmonter les obstacles et promouvoir une plus grande intégration des femmes dans les écosystèmes entrepreneuriaux africains. Les politiques publiques, les initiatives de formation et le renforcement des réseaux de soutien peuvent contribuer à favoriser l'entrepreneuriat féminin en Afrique et à exploiter la puissance des TIC.

Le présent mémoire n'est qu'une petite contribution à un thème d'actualité ; de ce fait, force est de constater que cette étude fait appel à des analyses plus approfondies.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adjamagbo, A. (2020). Muriel Gomez-Perez (dir.), Femmes d'Afrique et émancipation, Paris, Éditions Karthala, 2018, 470 p. *Recherches féministes*, 33(2), 185-190. doi: <https://doi.org/10.7202/1076621ar>
- Adjamagbo, A., Gastineau, B., & Kpadonou, N. (2016). Travail-famille : un défi pour les femmes à Cotonou. *Recherches féministes*, 29(2), 17-41. doi: <https://doi.org/10.7202/1038719ar>
- AFD, A. f. d. d. (2021). au fil des années, l'extrême pauvreté se concentre en Afrique. Repéré à <https://www.afd.fr/fr/actualites/atlas-de-lafrique-afd-au-fil-des-annees-lextreme-pauvrete-se-concentre-en-afrique>
- africaine, A. d. p. (2017). TDA 2017 : L'Afrique invitée à miser sur le capital humain pour amorcer le virage numérique. Repéré à <https://libkey.io/libraries/939/openurl?genre=article&au=&aulast=&issn=&isbn=&title=TDA+2017+%3A+L%27Afrique+invitee+%C3%A0+miser+sur+le+capital+humain+pour+amorcer+le+virage+numerique&jtitle=Agence+de+Presse+Africaine+%28APAnews%29&pubname=Agence+de+Presse+Africaine+%28APAnews%29&btitle=&atitle=TDA+2017+%3A+L%27Afrique+invitee+%26agrave%3B+miser+sur+le+capital+humain+pour+amorcer+le+virage+numerique&volume=&issue=&spage=&date=2017&doi=&sid=ProQuest>
- Afrik, F. (2023). Étude de McKinsey: Nouvelles perspectives sur l'économie marocaine pour libérer le potentiel de croissance. Repéré à <https://www.financialafrik.com/2023/07/04/etude-de-mckinsey-nouvelles-perspectives-sur-leconomie-marocaine-pour-liberer-le-potentiel-de-croissance/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., Albarracin, D., & Hornik, R. (2007). *Prediction and change of health behavior: Applying the reasoned action approach*. Psychology Press.
- Alami, H., Bedoui, N., & El Mahjoubi, K. (2018). Pourquoi l'intégration du Maroc dans l'économie fondée sur la connaissance piétine-t-elle? *Geopolitics and Geostrategic Intelligence*, 1(2), 66-77.
- Amselle, J.-L. (2005). Ethnies et espaces : pour une anthropologie topologique. Dans *Au cœur de l'ethnie* (pp. 11-48). Paris: La Découverte. doi: 10.3917/dec.amse.2005.01.0011. Repéré à <https://www.cairn.info/au-coeur-de-l-ethnie--9782707146229-page-11.htm>

- Anderson, T., & Dron, J. (2011). Three generations of distance education pedagogy. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 12(3), 80-97. doi: 10.19173/irrodl.v12i3.890
- Assoumou Menye, O., & Guetsop Sateu, F. A. (2017). L'entrepreneuriat féminin au Cameroun : enjeux et perspectives. *Revue Congolaise de Gestion, Numéro 24(2)*, 11-42. doi: 10.3917/rcg.024.0011
- Attarça, M., & Lassalle-de Salins, M. (2013, Apr 2013). Quand l'entrepreneur devient entrepreneur politique: Le cas du développement de la méthanisation agricole en France. *Revue Française de Gestion*, 39(232), 25-44,183,189,111. Repéré à <https://sbiproxy.uqac.ca/login?url=https://www.proquest.com/magazines/quand-lentrepreneur-devient-entrepreneur/docview/1366064847/se-2?accountid=14722>
- Audretsch, D. (2006). L'émergence de l'économie entrepreneuriale. *Reflets et perspectives de la vie économique*, XLV(1), 43-70. doi: 10.3917/rpve.451.70
- BAD, B. a. d. d. (2023). Prêts aux entrepreneuses en Afrique: le cap du milliard de dollars d'investissements franchi pour AFAWA, de la Banque africaine de développement. Repéré à <https://www.afdb.org/fr/news-and-events/press-releases/prets-aux-entrepreneuses-en-afrique-le-cap-du-milliard-de-dollars-dinvestissements-franchi-pour-afawa-de-la-banque-africaine-de-developpement-58670>
- Bane, M. F., & Petitjean, J.-L. (2018). Le pilotage de la performance globale dans les entreprises africaines. L'exemple de deux entreprises du secteur de l'énergie au Sénégal. *La Revue des Sciences de Gestion*, 294(6), 59-68. doi: 10.3917/rsg.294.0059
- Batibonak, S. (2009). Entrepreneuriat et changement du rôle de la femme camerounaise. Dans *La recherche féministe francophone* (pp. 613-630). Paris: Karthala. doi: 10.3917/kart.sow.2009.01.0613. Repéré à <https://www.cairn.info/la-recherche-feministe-francophone--9782811102777-page-613.htm>
- Beaucher, H. (2020). Réduire la fracture numérique entre les hommes et les femmes par l'éducation. *Revue internationale d'éducation de Sèvres*, (85), 12-16.
- Beddi, H., Fadil, N., & Saadaoui, K. (2019). Entrepreneuriat féminin et développement international : étude de trois cas. *Management international*, 22(3), 12-23. doi: 10.7202/1060890ar

- Behdja, B. (2018). Attitude des étudiants algériens envers la culture numérique et son impact sur l'utilisation de la technologie selon le modèle d'acceptation de la technologie (TAM). *Revue des Sciences Humaines & Sociales*, 4(2), 226-237.
- Ben Slimane, S., & Auplat, C. (2015). Le développement durable, un vecteur de croissance pour les nanotechnologies. Dans *Objectif business development* (pp. 54-66). Caen: EMS Editions. doi: 10.3917/ems.deger.2015.01.0054. Repéré à <https://www.cairn.info/objectif-business-development--9782847697414-page-54.htm>
- Berguiga, I., & Adair, P. (2022). Les obstacles au financement des entrepreneures dans la région MENA : auto-sélection et discrimination. *Revue française d'économie*, XXXVII(1), 165-193. doi: 10.3917/rfe.221.0165
- Berrou, J.-P., & Eekhout, T. (2019). L'économie informelle : un défi au rêve d'émergence des économies africaines ? *Études internationales*, 50(1), 121-146. doi: <https://doi.org/10.7202/1062819ar>
- Bogui, J.-J. (2017). Analyse de la dynamique intergénérationnelle dans la perception des technologies numériques et leur intégration dans la pédagogie universitaire à l'Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire). *Canadian Journal of Communication*, 42(2), 273-289. doi: <http://dx.doi.org/10.22230/cjc2017v42n2a3128>
- Boissin, J.-P., Chollet, B., & Emin, S. (2009). Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique. *M@n@gement*, 12(1), 28-51. doi: 10.3917/mana.121.0028
- Bonsel, O. (2006). qu'est ce que le numérique ? *Entreprises et Histoire*, (43), 5-14,13.
- Bonjawo, J. (2002). *Internet: une chance pour l'Afrique*. Repéré à <https://books.google.ca/books?id=pBK3u6z-mmsC>
- Boulay, J., & Kalika, M. (2007). Big brother is watching you! le rôle des technologies de l'information dans la stratégie de contrôle des réseaux de points de vente franchisés. *Décisions Marketing*, (45), 7-20.
- Boutillier, S. (2008). Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux. *Humanisme et Entreprise*, 290(5), 21-38. doi: 10.3917/hume.290.0021
- Bouzekraoui, H., Ferhane, Driss. (2023). Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin au Maroc: Etat des lieux à travers les résultats d'une étude et perspectives de développement.

- Brasseur, M. (2008). Le rôle des stéréotypes dans le management de la diversité culturelle : le cas de l'Afrique¹. *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 43(230), 61-67,10.
- Brière, S., Auclair, I., & 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. doi: <https://doi.org/10.7202/1042661ar>
- Bugain, J. (1988). La problématique du rôle des femmes dans le développement en Afrique : l'implication du CIFAD. *Recherches féministes*, 1(2), 121-126. doi: <https://doi.org/10.7202/057520ar>
- Canonne, J. (2013). Les Africaines: Histoire des femmes d'Afrique subsaharienne du XIXe au XXe siècles. *La Découverte*, 246(3), 34-34. Repéré à <https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2013-3-page-34.htm>
- Capron, H. (2009). Conclusion. La transition vers une économie entrepreneuriale. Dans *Entrepreneuriat et création d'entreprises* (pp. 271-299). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur. doi: 10.3917/dbu.capro.2009.01.0271. Repéré à <https://www.cairn.info/entrepreneuriat-et-creation-d-entreprises--9782804159900-page-271.htm>
- Castaño, I. G. (2019). Adultes en difficulté avec l'écrit et nouvelles technologies: quel accès et quels usages?
- Chakri, L., & Riouch, M. L. (2021). *Apports des TIC dans l'enseignement et l'apprentissage des mathématiques : Scénarisation pédagogique et pratiques de l'enseignement à distance*. (Vol. 39). Les Ulis: EDP Sciences. doi: <http://dx.doi.org/10.1051/itmconf/20213903012>
- Chamlee-Wright, E. (2002). Savings and acculumation strategies of urban market women in Harare, Zimbabwe. *Economic Development and Cultural Change*, 50(4), 979-1005.
- Charmes, J. (2005). Femmes africaines, activités économiques et travail : de l'invisibilité à la reconnaissance. *Revue Tiers Monde*, 182(2), 255-279. doi: 10.3917/rtm.182.0255
- Cherchem, M. (2011). L'innovation dans les services comme un pilier de l'économie fondée sur la connaissance (cas des banques et des assurances algériennes). *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 46(247/248), 29-37,28.
- Coquery-Vidrovitch, C. (2013a). IX. Les femmes et le commerce. Dans *Les Africaines* (pp. 155-177). Paris: La Découverte. Repéré à <https://www.cairn.info/les-africaines--9782707175458-page-155.htm>

- Coquery-Vidrovitch, C. (2013b). *Les Africaines. Histoire des femmes d'Afrique subsaharienne du XIXe au XXe siècle*. Paris: La Découverte. doi: 10.3917/dec.coque.2013.02. Repéré à <https://www.cairn.info/les-africaines--9782707175458.htm>
- Cornet, A., & Constantinidis, C. (2004). *Entreprendre au féminin: Une réalité multiple et des attentes différenciées*.
- d'Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 15(3), 87-107. doi: 10.3917/entre.153.0087
- Datta, P. B., & Gailey, R. (2012). Empowering Women through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 569-587. doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x
- Davis, P. J. (2012). The global training deficit: the scarcity of formal and informal professional development opportunities for women entrepreneurs. *Industrial and Commercial Training*, 44(1), 19-25. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/00197851211193381>
- Delaye, R., Duru, F., & Okamba, E. (2011). Diversité culturelle et employabilité : enquête sur les atouts de la culture d'origine dans le processus d'amélioration de l'employabilité des étudiants africains francophones, en sciences de gestion. *Revue Management & Avenir*, (43), 180-202.
- Della-Giusta, M., & Phillips, C. (2006). Women entrepreneurs in the Gambia: challenges and opportunities. *Journal of International Development*, 18(8), 1051-1064. doi: <https://doi.org/10.1002/jid.1279>
- Deltour, F., & Lethiais, V. (2014). L'innovation en PME et son accompagnement par les TIC : quels effets sur la performance ? *Systèmes d'Information et Management*, 19(2), 45-73,122.
- Deming, D. J. (2017). The Growing Importance of Social Skills in the Labor Market*. *The Quarterly Journal of Economics*, 132(4), 1593-1640. doi: 10.1093/qje/qjx022
- Devèze-Sanson, N. (2014). Nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Dans *Dictionnaire d'administration publique* (pp. 349-350). FONTAINE: Presses universitaires de Grenoble. Repéré à <https://www.cairn.info/dictionnaire-d-administration-publique--9782706121371-page-349.htm>
- Dia, A. L. (1990). Le Management africain: Mythe ou Réalité? *Africa Development / Afrique et Développement*, 15(1), 61-78.

- Diye, J. (2019). Les femmes des monts Mandara dans l'économie informelle à Yaoundé. *Scholarly Journals*, 47.
- Duplâa, E., & Talaat, N. (2011). Connectivisme et formation en ligne.  tude de cas d'une formation initiale d'enseignants du secondaire en Ontario. *Distances et savoirs*, 9(4), 541-564.
- Duport, M., Fagnibo, C. F., & Palenfo, D. M. (2020). Chapitre 8. Quelle croissance pour l'Afrique et ses entreprises ? Des facteurs communs de réussite indissociables du contexte économique local et international. Dans *Africa Positive Impact* (pp. 99-115). Caen: EMS Editions. doi: 10.3917/ems.frimo.2020.01.0099. Repéré à <https://www.cairn.info/africa-positive-impact--9782376873976-page-99.htm>
- El Mehdi, I. K. (2011). Gouvernance et TIC : cas des pays d'Afrique. *Recherches en Sciences de Gestion*, 86(5), 63-84. doi: 10.3917/resg.086.0063
- Essingone, H. N. (2003). Les fondements et les développements de la structure financière des entreprises: une synthèse théorique et empirique. *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 38(201-202), 99-114.
- Fayolle, A. (2017). Chapitre 1. L'entrepreneuriat, un phénomène économique et social. Dans *Entrepreneuriat* (pp. 17-47). Paris: Dunod. Repéré à <https://www.cairn.info/entrepreneuriat--9782100765072-page-17.htm>
- Florent Tasso, B. (2021). Yvette Onibon Doubogan, Entrepreneuriat féminin et développement au Bénin, L'Harmattan, 2019, 186 pages, ISBN : 9782343160573, 19,50  . *Revue internationale des études du développement*, 245(1), 251-253. doi: 10.3917/ried.245.0013
- Fluckiger, C. (2016). Culture numérique, culture scolaire: homogénéités, continuités et ruptures. *Diversité, VEI*, (185), 64-70.
- Fogue Kuate, F. A. (2020). Les voies téléphoniques de l'émancipation des jeunes femmes en milieux musulman et chrétien au Cameroun. *Réseaux*, 222(4), 113-138. doi: 10.3917/res.222.0113
- Fouda, C. N. B. (2014). *Dynamisme entrepreneurial des femmes camerounaises:  tudes de cas de développement d'entreprise*. Université de Bordeaux.
- Fournier, P.-S., Brière, S., Pellerin, A., & Laflamme, A.-M. (2020). Pratiques de rétention des femmes dans des emplois traditionnellement masculins au Québec : que peut-on apprendre de l'expérience des inspectrices ? *Relations industrielles / Industrial Relations*, 75(3), 423-448. doi: <https://doi.org/10.7202/1072342ar>

- Gherbi, H. (2014). Caractéristiques et déterminants de l'emploi informel féminin en Algérie. Le cas de la wilaya de Bejaia. *Mondes en développement*, 166(2), 45-58. doi: 10.3917/med.166.0045
- Gilbert, C., Mairesse, J., & Kocoglu, Y. (2005). Effets de la diffusion des technologies de l'information sur la croissance potentielle et observée. *L'Actualité Économique*, 81(1/2), 203-230.
- Glidja, J. (2019). Les déterminants du succès de l'entrepreneuriat féminin au Bénin, le rôle modérateur de l'appui institutionnel : cas de la WBPC. *Gestion 2000*, 36(2), 39-59. doi: 10.3917/g2000.362.0039
- Gnomou Thiombiano, B. (2014). Genre et prise de décision au sein du ménage au Burkina Faso. *Cahiers québécois de démographie*, 43(2), 249-278. doi: <https://doi.org/10.7202/1027979ar>
- Goerg, O. (1998). Les femmes paradoxales en Afrique. Omniprésence sociale et invisibilité historique en France. Dans *L'Histoire sans les femmes est-elle possible ?* (pp. 113-128). Paris: Perrin. doi: 10.3917/perri.sohn.1998.01.0115. Repéré à <https://www.cairn.info/l-histoire-sans-les-femmes-est-elle-possible--9782262014742-page-113.htm>
- Goody, J., & Buckley, J. (1973). Inheritance and Women's Labour in Africa. *Africa: Journal of the International African Institute*, 43(2), 108-121. doi: 10.2307/1159323
- Guermazi, B. (2021). Tribune: Les femmes, laissées pour compte du numérique : une exclusion qui coûte des milliards aux États. *Banque Mondiale Log Dashiki* Repéré à <https://blogs.worldbank.org/fr/nasikiliza/tribune-les-femmes-laissees-pour-compte-du-numerique>
- Guèvremont, V. (2021). L'unesco et la diversité culturelle. *Revue québécoise de droit international / Quebec Journal of International Law / Revista quebequense de derecho internacional*, 165-182. doi: <https://doi.org/10.7202/1087386ar>
- Guité, F. (2004, 15 décembre). Le connectivisme (néo socioconstructivisme) *Relief* Repéré à <http://www.francoisguite.com/2004/12/le-connectivisme-neo-socioconstructivisme>
- Hlady Rispal, M. (2002). Approche qualitative ou quantitative : un faux débat ? Dans *La méthode des cas* (pp. 25-38). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur. Repéré à <https://www.cairn.info/la-methode-de-cas--2804139506-page-25.htm>

- Hugon, P. (2002). Nouveaux défis économiques et financiers en Afrique subsaharienne. *Revue internationale et stratégique*, 46(2), 107-118. doi: 10.3917/ris.046.0107
- 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. doi: 10.3917/rsi.102.0023
- Kamdem, E. (2001). Entrepreneuriat et sciences sociales en Afrique. *Management International*, Vol. 6(No 1), 17-32.
- Kchirid, A. (2020). Chapitre 12. Entreprendre en Économie Sociale et Solidaire, un levier de croissance inclusive pour l'Afrique : cas du Maroc. Dans *Africa Positive Impact* (pp. 151-161). Caen: EMS Editions. doi: 10.3917/ems.frimo.2020.01.0151. Repéré à <https://www.cairn.info/africa-positive-impact--9782376873976-page-151.htm>
- Kefi, H. (2010). Mesures perceptuelles de l'usage des systèmes d'information : application de la théorie du comportement planifié. *Humanisme et Entreprise*, 297(2), 45-64. doi: 10.3917/hume.297.0045
- Kohn, L., & Christiaens, W. (2014). Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : apports et croyances. *Reflète et perspectives de la vie économique*, LIII(4), 67-82. doi: 10.3917/rpve.534.0067
- Kouadio Clément, K. (2019). Améliorer les politiques d'emploi jeune en Afrique francophone cas de la Côte D'Ivoire.
- Krief, N., & Zardet, V. (2013). Analyse de données qualitatives et recherche-intervention. *Recherches en Sciences de Gestion*, 95(2), 211-237. doi: 10.3917/resg.095.0211
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Labrani, O. (2014). La protection sociale et la lutte contre la pauvreté en Algérie. *Revue des Sciences Humaines & Sociales*, 61-73.
- Larcher, L. (2021). La médiatisation de l'entreprise et de l'entrepreneuriat en Afrique. *Revue internationale des études du développement*, 245(1), 227-237. doi: 10.3917/ried.245.0227
- Lavallée, G. (2021, 6 Avril). L'Internet en Afrique : un enjeu multidimensionnel. *Perspective Monde* Repéré à <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMAnalyse/3125>

- Lee, V. (2018). Au-delà du formulaire de consentement éclairé : Pour des propositions de recherche pleinement éthiques. *Canadian oncology nursing journal = Revue canadienne de nursing oncologique*, 28(3), 225-227.
- Legrenzi, C. (2015). Informatique, numérique et système d'information: definition, perimetres, enjeux économiques. *Vie & Sciences de l'Entreprise*, (200), 49-76.
- Levalois, M. (2019). Le G7 prête 251 millions \$ à la BAD pour soutenir l'entrepreneuriat féminin en Afrique. *Le Magazine du Manager* Repéré à <https://lemagazinedumanager.com/22114-le-g7-prete-251-millions-a-la-bad-pour-soutenir-lentrepreneuriat-feminin-en-afrique.html>
- Li, Y., Mitra, P., Miyajima, K., Ongley, K., Ouattara, F., Ouedraogo, R., ... Simione, F. F. (2020). La transformation numérique en Afrique subsaharienne. *fonds monétaire*.
- Lo, C., & Mendy, P. (2021). Pauvreté multidimensionnelle et enfants hors du système scolaire au Sénégal : une étude empirique. *Revue française de pédagogie*, 212(3), 57-71. doi: 10.4000/rfp.10795
- Lopez, J.-C., Feige, J., & Bidi, G. (2016). Entrepreneuriat et capital humain socialement responsable: proposition d'un modèle de capacité à entreprendre RSE. *Vie & Sciences de l'Entreprise*, (202), 109-128.
- M'Bouna, M. N. (2019). La carrière entrepreneuriale des femmes : une étude des trajectoires entre secteur formel et informel au Gabon. *Question(s) de management*, 26(4), 13-22. doi: 10.3917/qdm.194.0013
- Maïga, A., & Hotte, R. (2021). Monographie de l'enfant de Gao: l'école en Afrique subsaharienne. *Graphies Francophones*, (001), 284-298.
- Makinwa-Adebusoye, P. K. (1999). 6. La famille africaine en milieu rural. Dans *La famille africaine* (pp. 135-152). Paris: Karthala. doi: 10.3917/kart.adepo.1999.01.0135. Repéré à <https://www.cairn.info/la-famille-africaine--9782865379422-page-135.htm>
- Mianda, G. (2020). Demain l'Afrique : par les femmes et avec les femmes. *Présence Africaine*, 201(1), 35-57. doi: 10.3917/presa.201.0035
- Mondiale, B. (2019). Total des bénéficiaires tirés des ressources naturelles. Repéré à <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/NY.GDP.TOTL.RT.ZS?end=2021&location=s=ZG&start=2013>

- Mondiale, L. B. (2015). Émanciper les femmes en leur offrant des emplois dans l'économie numérique. Repéré à <https://www.banquemonde.org/fr/news/feature/2015/10/20/empowering-women-through-jobs-in-the-digital-economy>
- Mondiale, L. B. (2020). Les données de la Banque Mondiale des indicateurs clés du marché du travail (ICMT) Repéré à <https://donnees.banquemonde.org/indicateur>
- Moreau, F. (2004). L'entrepreneuriat, approche théorique. *Revue Française de Gestion*, 30(152), 215-217.
- Morley, C. (2004). Masculin/féminin Le genre des technologies de l'information. *Revue Française de Gestion*, 30(148), 67-87.
- Mutabazi, E. (2004). Le management des équipes multiculturelles: l'expérience des équipes afro-occidentales. *Management International*, 8(3), 41-54.
- Ndèye Faty, S., & Marie, F. (2021). La promotion de l'empowerment et de l'entrepreneuriat féminin auprès des femmes exclues des politiques sociales et économiques au Sénégal. *Revue organisations & territoires*, 30(2). doi: 10.1522/revueot.v30n2.1347
- Ndongo, M., & Klein, J.-L. (2020). Les innovations sociales en Afrique subsaharienne : la place des communautés et des territoires locaux: Revue Canadienne de Recherche sur les OSBL et l'Économie Sociale (ANSERJ). *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*, 11(2), 56-81. doi: <http://dx.doi.org/10.29173/cjnser.2020v11n2a379>
- Ngongang, D. (2013). Facteurs de contingence, TIC et informations dans les entreprises tchadiennes. *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 48(259/260), 153-162,115.
- Nouira, Z., Soudane, J. A., Hajaji, O., & Rguibi, K. (2021). L'évolution de l'e-recrutement dans la fonction RH. *IOSR Journal of Business and*.
- Nwamen, F. (2006). Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises. *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 41(218), 111-121.
- OCDE, U. E. (2017). Note de politique sur l'entrepreneuriat féminin. Office des publications de l'Union européenne, situé au Luxembourg. Repéré à <https://www.oecd.org/cfe/leed/Policy%20Brief%20on%20Women's%20Entrepreneurship%20FR.pdf>

- Organisation international du Travail, O. (2020). Rapport sur l'emploi en Afrique (Re-Afrique). Repéré à https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---africa/---ro-abidjan/documents/publication/wcms_761156.pdf
- Ouattara, A. (2007). L'entrepreneuriat féminin en Côte d'Ivoire : obstacles et opportunités. *Management International*, 11(2), 53-64.
- Pasquier, D. (2022). Le numérique à l'épreuve des fractures sociales. *Informations sociales*, 205(1), 14-20. doi: 10.3917/inso.205.014
- Pensel, J.-L. (2010). Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et parties prenantes minoritaires : vers l'entreprise responsable. *Management & Avenir*, 39(9), 407-424. doi: 10.3917/mav.039.0407
- Peppard, J., & Ward, J. (2004). Beyond strategic information systems: towards an IS capability. *The Journal of Strategic Information Systems*, 13(2), 167-194. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2004.02.002>
- Perrot, F. (2010). Vers la construction des marchés au bas de la pyramide: Implications sur la gestion et le financement des projets. *Revue Française de Gestion*, 36(208/209), 45-61,10.
- Pezzini, M., & Minsat, A. (2019). L'industrialisation de l'Afrique nécessite une approche continentale en association avec les entrepreneurs locaux. *Réalités Industrielles*, 8-12,91,98.
- Pharabod, A.-S. (2004). Territoires et seuils de l'intimité familiale. Un regard ethnographique sur les objets multimédias et leurs usages dans quelques foyers franciliens. *Réseaux*, 123(1), 85-117.
- Picod, A., Amrani, O., & Oloum, R. S. (2019). De l'importance de former à l'entrepreneuriat au primaire et au collège en Afrique. *Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management*, 4(2), 110-122.
- Pires, A. (1997). Échantillonnage et recherche qualitative: essai théorique et méthodologique. *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, 113-169.
- Plane, P. (2002). Privatisation et ouverture des télécommunications en Afrique subsaharienne: modalités et implications des réformes. *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement*, 23(2), 271-292. doi: 10.1080/02255189.2002.9668866

- Rappin, B. (2011). De l'unité ontologique des épistémologies gestionnaires et de ses conséquences. *Revue Management & Avenir*, (43), 476-489.
- Rivard, S. (2003). La structure du service des technologies de l'information: le défi de la flexibilité. *Gestion*, 28(1), 36.
- Rivière, C. (1975). Classes et stratifications sociales en Afrique noire. *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 59, 285-314.
- Royer, C., Baribeau, C., & Duchesne, A. (2009). Les entretiens individuels dans la recherche en sciences sociales au Québec: où en sommes-nous? Un panorama des usages. *Recherches qualitatives*, 7, 64-79.
- Rutashobya, L. K., Allan, I. S., & Nilsson, K. (2009). Gender, Social Networks, and Entrepreneurial Outcomes in Tanzania. *Journal of African Business*, 10(1), 67-83. doi: 10.1080/15228910802701387
- Sahut, J.-M., & Leroux, E. (2011). Innovation, TIC & Entrepreneuriat. *Revue Management & Avenir*, (42), 184-186.
- Sall, M. B. (2013). Flexibilité financière des sociétés conjointes au Sénégal. *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 48(259/260), 119-129,113-114.
- Sall, N., & Michaud, P. (2006). Éducation et technologie: Analyse des perceptions d'intervenants sénégalais à l'aube de la mise en place de projets éducatifs en technologie de l'information et de la communication. *Canadian Journal of African Studies / Revue Canadienne des Études Africaines*, 40(2), 296-329.
- Savoie-Zajc, L. (2006). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide. *Recherches qualitatives*, 5, 99-111.
- Simen, S. F., & Ebene Nkoa, D. (2019). La solidarité comme moyen de Gestion des Ressources Humaines dans les Très Petites Entreprises (TPE) sénégalaises : vers un modèle local plus adapté. *Projectics / Proyética / Projectique*, 22(1), 65-87. doi: 10.3917/proj.022.0065
- Song-Naba, F. (2015). Les fondements ethniques de l'entrepreneuriat des femmes immigrées dans la restauration à Ouagadougou, Burkina Faso. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 14(2), 139-165. doi: 10.3917/entre.142.0139

- Spring, A. (2009). African Women in the Entrepreneurial Landscape: Reconsidering the Formal and Informal Sectors. *Journal of African Business*, 10, 11-30. doi: 10.1080/15228910802701296
- Sylvanus, N. (2006). L'habileté entrepreneuriale des Nana Benz du Togo. *Africultures*, 69(4), 179-184. doi: 10.3917/afcul.069.0179
- Tahmi, E. (2001). Histoire d'entreprendre--Les réalités de l'entrepreneuriat. *Management International*, Vol. 6(No 1), 89-96.
- Tchankam, J.-P., Ndoume Essingone, H., & Tchagang, E. (2020). Chapitre 14. Portée et limites de la recherche qualitative. Dans *Produire du savoir et de l'action* (pp. 165-174). Caen: EMS Editions. doi: 10.3917/ems.peret.2020.01.0165. Repéré à <https://www.cairn.info/produire-du-savoir-et-de-l-action--9782376873471-page-165.htm>
- Tchouassi, G., Ngwen, N., Tekam Oumbe, H., & Temfack, S. (2018). Connaissances entrepreneuriales des jeunes et des femmes et développement économique. *Revue internationale des sciences de l'organisation*, 5(1), 57-79. doi: 10.3917/riso.005.0057
- Telep, S. (2018). « Moi je whitise jamais. » Accent, subjectivité et processus d'accommodation langagière en contexte migratoire et postcolonial. *Langage et société*, 165(3), 31-49. doi: 10.3917/lis.165.0031
- Teufack, M. D., Moskolai, D. D., & Myede, M. (2017). Structures d'accompagnement informelles et financement de la petite entreprise camerounaise en phase de démarrage: le cas de la femme entrepreneure. *Revue africaine de management*. 2(1).
- Thioune, R. M. (2002). *Technologies de l'Information et de la Communication pour le Développement en Afrique, Volume 1 : Potentialités et Défis pour le Développement Communautaire*. Ottawa, CANADA: IDRC Books/Les Éditions du CRDI. Repéré à <http://ebookcentral.proquest.com/lib/uqac-ebooks/detail.action?docID=3012137>
- Tlich, I. (2013). Mesure de l'appropriation des TIC dans les entreprises tunisiennes : analyse typologique. *La Revue des Sciences de Gestion : Direction et Gestion*, 48(259/260), 163-173,115.
- Toché, C. L. (2017). Le secteur informel et l'autonomisation des femmes en Afrique: Un secteur favorable à l'entrepreneuriat féminin. *L'économie informelle, l'entrepreneuriat et l'emploi*, 41.
- Toko, J., & Kadouamaï, S. (2020). L'entreprise citoyenne: un modèle de développement pour l'Afrique. *L'entreprise citoyenne*, 1-319.

- Totouom, A. (2018). Les obstacles au développement industriel de l'Afrique. *L'Actualité Économique*, 94(3), 1-30.
- Toulabor, C. (2012). Les Nana Benz de Lomé. Mutations d'une bourgeoisie compradore, entre heur et décadence. *Afrique contemporaine*, 244(4), 69-80. doi: 10.3917/afco.244.0069
- Turrel, S. (2006). ITC News - African Businesswomen Get Access to Trade. *International trade forum.*, 42(3), 30.
- Vayre, É. (2019). Les incidences du télétravail sur le travailleur dans les domaines professionnel, familial et social. *Le travail humain*, 82(1), 1-39. doi: 10.3917/th.821.0001
- Wilson, H., Daugherty, P., & Bianzino, N. (2017). The jobs that artificial intelligence will create. *MIT Loan Management Review Summer*, 58, 4.
- Woldie, A., & Adersua, A. (2004). Female entrepreneurs in a transitional economy: Businesswomen in Nigeria. *International Journal of Social Economics*, 31(1/2), 78-93. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/03068290410515439>
- Wouango, J. (2017). L'accès des filles à l'enseignement supérieur au Burkina Faso: choix parentaux, parcours d'étudiantes et défis. *International Review of Education*, 63(2), 213-233. doi: 10.1007/s11159-016-9610-5
- Yameogo, B. (2020). « Faire du terrain » auprès des femmes entrepreneures à Ouagadougou : entre obstacles d'entrée sur le terrain et stratégies de collecte de données. *Recherches qualitatives*, 39(1), 173-193. doi: <https://doi.org/10.7202/1070021ar>
- Yasmina, B. M. (2019). Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *El-Bahith Review*, 19(1), 647-658.
- Zogning, F. (2021). L'entrepreneuriat féminin dans les pays émergents et en développement à l'ère du numérique. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(4), 371-375. doi: 10.1080/08276331.2020.1755113
- Zogning, F., Mbaye, A. A., & Um-Nguem, M.-T. (2017). *L'économie informelle, l'entrepreneuriat et l'emploi*. Editions JFD.

ANNEXES

ANNEXE 1 : GUIDE D'ENTREVUE

Préambule

Bonjour,

Je vous remercie de me recevoir aujourd'hui et de me consacrer du temps.

Cette recherche est menée dans le cadre de l'élaboration d'un mémoire de Master en gestion des organisations à l'université du Québec à Chicoutimi.

La durée de cet entretien ne devrait en principe pas excéder une heure.

Avez-vous des questions avant de commencer?

| Structuration du guide | Questions |
|---|---|
| Profil des répondantes | <p>Quel âge avez-vous?</p> <p>Quelle est votre situation matrimoniale?</p> <p>Célibataire Mariée Divorcée Veuf/Veuve</p> <p>Avez-vous des enfants? Combien ?</p> <p>Quel est votre niveau d'éducation?</p> <p>Non scolarisé Primaire Alphabétisation/Centre de métier (préciser domaine) : Secondaire 5. Supérieur (quel domaine)</p> |
| Informations descriptives des entreprises | <p>Quel est le domaine d'activités de votre entreprise?</p> <p>Quelle est la taille de votre entreprise? Si PME, envisagez-vous plus tard de grandir?</p> <p>Combien d'employés compte votre entreprise?</p> <p>Votre entreprise est à combien d'années d'existence?</p> |
| Motivations entrepreneuriales de la femme africaine | <p>À quel moment avez-vous eu l'intention ou l'envie de créer votre entreprise? La tradition, la religion, la société et la famille ont-elles influencé votre intention d'entreprendre? Si oui, comment?</p> <p>Pourquoi avoir choisi la voie de l'entrepreneuriat? Et surtout pourquoi dans ce domaine?</p> |

| | |
|----------------------|--|
| | <p>En créant cette entreprise avez-vous eu des intentions particulières?</p> <p>Qu'est-ce qui vous motive à rester entrepreneure?</p> <p>Avez-vous bénéficié d'aide spécifique pour la création de votre entreprise? (Coaching, formation, financement)</p> <p>Quelle a été votre source de financement pour la création de votre entreprise?</p> |
| La fracture du genre | <p>En 2022, existe-t-il plus de difficultés pour les femmes par rapport aux hommes en entrepreneuriat? Si oui, lesquels?</p> <p>Pourquoi pensez-vous qu'il existe précisément plus d'hommes que de femme dans ce domaine d'activité que sont les NTIC?</p> <p>Qu'elle est pour vous, la cause du manque d'accès des femmes aux TIC?</p> <p>Quel est l'impact de la fracture numérique de genre ?</p> |
| Importance des NTIC | <p>Que représente pour vous en 2022, les NTIC pour l'entrepreneuriat?</p> <p>Quel serait l'intérêt pour la femme de se lancer en entrepreneuriat dans les NTIC plutôt que tout autre secteur?</p> <p>(Opportunités d'affaires en Afrique)</p> |
| Prospective | <p>Existe-t-il des ONG, des programmes gouvernementaux mis en place pour favoriser cette insertion des NTIC dans</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>l'entrepreneuriat chez les femmes dans votre pays?</p> <p>Que proposeriez aux institutions gouvernementales pour faciliter l'insertion des femmes dans l'entrepreneuriat?</p> <p>Que faudrait-il donc mettre en œuvre pour favoriser leur intérêt d'entreprendre dans les NTIC?</p> |
|--|--|

ANNEXE 2 : CERTIFICAT D'ÉTHIQUE**CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE**

Ce mémoire fait l'objet d'une certification éthique. Le numéro du certificat est 2023-1019

ANNEXE 3 : IDENTIFICATION DES CODES DES ENTREVUES

| N * | Codes | Phrases de sens |
|--------|--|--|
| 1 | Se sentir libre | « L'entrepreneuriat donne à beaucoup de femmes africaines la liberté de travailler sur ce qu'elles aiment » |
| 2 | Réaliser sa passion et recherche d'indépendance financière | « Il y a des femmes qui se lancent dans l'entrepreneuriat en vue de commencer quelque chose avec ce qu'elles aiment faire, c'est-à-dire faire d'une passion une activité rémunératrice, par contre, d'autres y vont par nécessité et besoin d'indépendance financière » |
| 3 | Briser les stéréotypes du genre | « Par le passé, de nombreux stéréotypes étaient associés aux femmes, qui les limitaient à rester à la maison, et à jouer un rôle inférieur, nonobstant leurs objectifs de carrière et leurs rêves. [...], les femmes ont considérablement lutté contre ces stéréotypes, ont brisé leurs plafonds de verre et ont volé avec leurs courages et succès ». |
| 4 | Réorganiser son emploi du temps | « Ce qui m'a réellement motivé à entreprendre ce sont mes grossesses et ma vie de foyer, car il fallait tout réorganiser selon mon travail. J'ai donc décidé de travailler à mon propre compte pour être le libre arbitre de mon emploi du temps. » |
| 5 | Être indépendante | « La voie de l'entrepreneuriat reste la meilleure option pour être indépendante » |

| | | |
|----|--|--|
| 6 | Choisir | « Les hommes migrant vers les zones urbaines pour gagner leur vie, tandis que les femmes restent pour élever leurs enfants [...] moi j'ai fait le choix du contraire » |
| 7 | Besoin professionnel | « J'ai passé toute ma vie en Europe, mais chaque fois que je venais en vacances dans mon pays, repartir me rendait triste. [...] J'ai donc décidé de rentrer définitivement. Le problème est qu'il y avait juste deux entreprises qui correspondaient à mon besoin professionnel, mais qui m'avait dit ne pas recruter. J'ai donc décidé de me mettre à mon propre compte » |
| 8 | Besoin d'épanouissement et d'accomplissement | « J'avais besoin d'épanouissement, mais surtout de ressentir, ce sentiment d'accomplissement, qui m'a longtemps été dérobé au détriment des hommes quand j'étais salariée » |
| 9 | Sexisme | « Je ne pouvais pas rester dans un milieu de travail très sexiste qui privilégie les hommes au détriment des femmes surtout à cette ère » |
| 10 | Rentabilité et croissances des entreprises | « Lors d'une conférence à laquelle j'ai assisté en août 2019 au Sénégal, j'étais agréablement surprise de voir qu'il y avait beaucoup plus de femmes entrepreneures que d'hommes, mais leurs entreprises étaient moins rentables et avec une croissance retardée par rapport à leurs homologues » |
| 11 | Inégalité du genre dans les négociations | « Quelques clients qui ont annulé leur commande avec moi quand ils ont vu qu'ils allaient négocier avec une femme. [...], car pour eux la somme est trop conséquente pour traiter avec une femme » |
| 12 | Confiance | « Les hommes sont les plus plébiscités. Et ce juste parce que ce sont des hommes. Il y a des marchés pour lesquels on m'a exclu juste parce que je suis une femme. Les entreprises ont plus confiance aux hommes et cela est dû à la culture et tradition africaine qui paraisse ancestrale, mais très actuelle en passant l'homme avant la femme [...] ou au stéréotype qui passe l'homme un sexe fort, quelqu'un qui n'a pas de contraintes familiales comme la femme. » |

| | | |
|----|-----------------------------------|--|
| 13 | Présence d'influence | « L'intention m'est venue en voyant ma mère travailler quand j'étais toute petite et qui avait rarement le temps d'être avec nous. J'ai donc décidé à mon tour d'être entrepreneure pour gérer mon propre horaire et être plus tard disponible pour mes enfants. » |
| 14 | Opportunités | « L'entrepreneuriat c'est présenté à moi comme une opportunité qu'il fallait coûte que coûte choisir, car, je peinais à me trouver un stage après ma formation. Le plus souvent quand j'en trouvais la rémunération ne me permettait pas d'assurer mon transport mensuel, car très insuffisante. » |
| 15 | Se soutenir financièrement | « Avec la cherté de la vie, le salaire de mon époux et moi n'arrivait pas à combler toutes les charges, il fallait donc trouver une autre source de revenu » |
| 16 | Difficulté d'obtention de crédit | « Pour avoir travaillé dans une institution financière, les politiques de financement n'étaient pas tendres avec les femmes pour l'obtention d'un crédit même si c'était vraiment justifié. [...], car la rentabilité de leur projet était deux fois plus longue que ceux des hommes et la majorité des entreprises qui fermaient étaient celle des femmes » |
| 17 | Soutien familial | « Actuellement, homme comme femme rencontrent les mêmes difficultés en entrepreneuriat. Entreprendre c'est hyper difficile contrairement à ce qu'on fait croire, et chaque projet à ses réalités et je pense qu'aucun coaching ne peut élaborer un plan de réussite en entrepreneuriat hormis la persévérance, la détermination et la prière, surtout cela. Cela est dû au fait que dès le bas âge, l'on nous apprend qu'il y'a des domaines d'activités propres aux hommes spécifiquement, tels que les NTIC. Il y a un désintéressement de la part des femmes et aussi les parents n'encouragent pas, même quand certaines femmes veulent s'y adonner, car qualifiées de métiers d'hommes ». |
| 18 | Prise de conscience chez la femme | « Pour moi, tout part de l'idée qu'on se fait soit même. Il y a un stéréotype du genre créé depuis nos cultures ancestrales, qui placerait l'homme au-dessus de la femme. Pour moi une femme qui est consciente qu'elle est l'égale de l'homme ne sera pas confrontée à cette |

| | | |
|----|----------------------|---|
| | | sensation d'inégalité. [...] Comme je le disais tantôt, le stéréotype du genre que nous inflige notre culture apporte un rôle négatif dans notre société. On a tendance à qualifier certains métiers de métier d'homme, et les NTIC en font partie. Pour moi en dehors de tout ce qui a été cité plus haut, il faut noter qu'en Afrique dans les familles défavorisées, la priorité dans l'éducation est donnée aux garçons. [...] notre culture prépare plus la femme au mariage qu'à l'autonomisation. » |
| 19 | Société patriarcale | « Il existe plus de difficultés pour les femmes par rapport aux hommes en entrepreneuriat et l'on pourrait l'attribuer à l'adoption du patriarcat dans nos sociétés, car bien vrai que la loi nous présente de façon égale il en est autre chose dans le vécu. Il y a plus d'hommes et de femmes dans ce domaine et cela peut être dû au manque d'information sur le secteur parce que de nombreuses femmes pensent qu'il faut très instruites pour utiliser la digitale pourtant le basic et pour faire de la vente en ligne ou proposer ses services au public il faudrait juste savoir lire et écrire. [...] Comme autre cause l'on peut citer des problèmes d'ordre culturel qui prétend que «la place de la femme est à la cuisine » comme le disent les jeunes ici ». |
| 20 | Mobilité | « Quand j'ai commencé à faire du commerce, il me fallait obligatoirement voyager pour croiser mes fournisseurs. [...] aujourd'hui grâce aux NTIC, j'arrive à négocier et m'assurer de la qualité des produits sans voyager. [...] si ça avait été aussi populaire quand j'étais plus jeune, je crois que je n'aurais pas arrêté d'aller à l'école » |
| 21 | Assurance financière | « C'est grâce aux NTIC aujourd'hui que je peux me permettre de rester salarié et avoir des boutiques en ligne. [...] je n'ai pas le temps d'ouvrir une boutique et d'être physiquement présente. Le NTIC m'est d'une importance capitale pour m'assurer un bon revenu ». |
| 22 | Efficacité | « Toutes les nouvelles entreprises agricoles utilisent de nos jours, des machines de plus en plus sophistiquées pour permettre un travail plus efficace et plus rapide » |

| | | |
|----|-----------------------|---|
| 23 | Contrôler | « Je prends mes commandes tous les soirs à ma descente et je les remets à des prestataires pour la livraison. Je gère donc moi-même mes horaires. [...] les NTIC me permettent d'avoir un contrôle sur mon entreprise. » |
| 24 | Innovation | « Je propose un service selon les matériaux digitaux que j'ai. [...] le milieu de la technologie et du digital est très capricieux et il vaut mieux faire beaucoup attention, car il y a tout le temps de l'innovation. [...] si je prends la décision d'agrandir je dois y mettre les moyens tant financier, mon énergie et surtout mon temps que je préfère consacrer à mes enfants qui sont encore très jeunes. » |
| 25 | Être à jour | « Pour être reconnu comme une grande entreprise et avoir accès à de grands fournisseurs et client, il faut bien-être en phase avec son temps. [...] et aujourd'hui nous sommes à l'ère des NTIC » |
| 26 | NTIC produit novateur | « En cette ère, les NTIC représentent le présent et l'avenir, car, il évolue de jour en jour avec de nouveaux projets et produits novateurs, porteurs de développement social et de richesse économique. Je pense que ce milieu est porteur d'opportunité pour tous, qui a des avantages particuliers pour chaque attente. Parlant des femmes, ce domaine collerait mieux avec le besoin qu'elles ont d'accomplir plusieurs tâches. C'est-à-dire travailler tout en ayant le temps de gérer leur famille, car, grâce aux NTIC, elles auront la possibilité d'opter pour le travail à domicile et optimiseront les déplacements ». |
| 27 | Faciliter l'insertion | « Les NTIC restent l'un des principaux moteurs essentiels de l'entrepreneuriat en 2022. Les NTIC c'est l'avenir. Le potentiel de chaque femme sera mis en évidence, ce qui facilitera l'insertion dans certains milieux et favorisera certaines opportunités d'affaires. » |
| 28 | Mondialisation | « Les NTIC pour l'entrepreneuriat en 2022, c'est l'outil essentiel pour la croissance d'une entreprise et même d'un pays. Se lancer en entrepreneuriat dans les NTIC, c'est : s'ouvrir au monde, être un acteur du développement, de l'innovation et de la mondialisation. » |

| | | |
|----|---------------------------------|---|
| 29 | Formation | « Moins ou je dirais qui ne font pas assez de campagnes de sensibilisation, de formation pour l'apprentissage d'outils informatiques » |
| 30 | Accessibilités aux informations | « Le plus gros souci, c'est que tout soit centralisé à la capitale, les petites régions comme où j'ai grandi, n'ont pas facilement accès aux informations » |
| 31 | Partage d'expérience | « S'approcher des ONG [...], pour partager son expérience. Il y a des jeunes filles ont juste besoin de modèle. » |