

Louvain School of Management

« Pourquoi les femmes de la diaspora africaine deviennent-elles entrepreneures et quels défis rencontrent-elles ? »

Une étude exploratoire par entretiens semi-directifs auprès d'entrepreneures afrodescendantes/ issues de la diaspora africaine

Auteur·e(s) : Tryphène Ndombasi
Promoteur·rice(s) : Amélie Jacquemin
Année académique 2022-2023
Mémoire de fin d'études en vue d'obtenir le titre de
Master [120] en Ingénieur de gestion, à finalité spécialisée
Horaire de jour

Résumé

Ce mémoire présente les résultats d'une étude qualitative exploratoire menée auprès d'entrepreneures issues de la diaspora africaine. La présente étude tente d'exposer les défis rencontrés par ces profils ainsi que les paramètres d'évolution au sein de leur carrière. Ainsi le mémoire souhaite développer les éléments pouvant répondre à la question de recherche suivante: « *Pourquoi les femmes de la diaspora africaine deviennent entrepreneures et quels défis rencontrent-elles ?* » Pour tenter d'y répondre, nous estimions utile d'élaborer une série d'entretiens semi-directifs (21 au total). Desquels ont découlé des données qui furent ensuite assemblées et décryptées au moyen d'une analyse de contenu. Cette analyse met en exergue les différents éléments qu'il est important de garder en tête lorsque nous nous intéressons à l'entrepreneuriat féminin auprès de la diaspora africaine. Brièvement, nous pouvons déjà présenter les éléments suivants comme des sources de motivation à se lancer dans une carrière entrepreneuriale : la perception d'un besoin, l'aspiration à l'indépendance financière, les convictions personnelles et le besoin d'impacter.

Au regard de nos résultats empiriques, la mentalité dite paternaliste, le sexisme intracommunautaire, le manque de soutien intracommunautaire, le racisme, les problèmes spécifiques à la communauté cible de l'activité, le manque de visibilité et de représentation, le manque de connaissance et les problèmes de gestion semblent constituer des défis majeurs à la démarche entrepreneuriale des femmes issues de la diaspora africaine. Ces différents éléments ont notamment permis de relever l'importance de l'aspect communautaire ainsi que celles des rôles modèles.

Remerciements

J'aimerais premièrement remercier ma promotrice, Madame Amélie Jacquemin pour ses conseils constructifs à l'avancée de ce mémoire.

Je remercie l'alliance Circle U pour l'occasion donnée de discuter de mon sujet de mémoire avec plusieurs chercheurs sur le domaine. Les conseils et pistes données ont été d'une aide insoupçonnée.

Je tiens également à remercier toutes les femmes entrepreneures ayant participé à l'élaboration de ce mémoire grâce aux différentes interviews.

J'aimerais adresser un remerciement particulier à ma famille et mes précieux amis pour leurs remarques, corrections, relectures, mais aussi pour leur soutien infailible tout au long de mon parcours universitaire.

Enfin, je tiens à remercier Celui sans qui tout ceci n'aurait pas été possible, Dieu.

Table des matières

Liste des abréviations	6
Introduction.....	7
Partie théorique	9
1. Contexte de l'étude : chiffres et tendances de l'entrepreneuriat féminin	9
2. Focus sur l'Afrique	14
3. Diaspora et caractéristiques des femmes africaines qui deviennent entrepreneures	18
4. Problématique et questions de recherches	23
Partie empirique	25
1. Présentation du terrain de recherche et méthodologie	25
2. Présentation des résultats	29
A. Motivations	30
a) Nécessité ou besoin perçu	31
b) Indépendance financière et transmission d'un patrimoine	32
c) Passion, croyance personnelle et capacités	33
d) Besoin d'impacter	35
B. Contexte familial et culturel.....	35
a) Cultures.....	35
b) Mentalité et modèle d'entrepreneuriat féminin dans l'entourage.....	38
C. Démarche entrepreneuriale	39
a) Réaction de l'entourage face au lancement.....	39
i. Peur et incompréhension	39
ii. Sentiment de fierté et soutien	41
iii. Soutien de la belle famille européenne.....	42
b) Choix de la localisation.....	43
c) Défis.....	45
i. Mentalité « paternaliste » et sexisme intracommunautaire.....	45
o Manque de soutien des hommes africains	46
ii. Manque de soutien intracommunautaire.....	49
iii. Racisme	52
o Importance de l'excellence et de la qualité.....	54
o Importance de réseau entrepreneuriat féminin africain et/ ou noir	55
iv. Communauté cible.....	56

v. Visibilité.....	57
vi. Manque de représentation	58
vii. Manque de connaissance et problème de gestion	61
d) Point sur la Belgique	61
3. Analyse des résultats et discussions	67
<i>Conclusion et pistes ultérieures</i>	72
<i>Bibliographie</i>	76
<i>Appendix</i>	82
Script des interviews	82

Liste des abréviations

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
N°	Numéro
Pg	Page
PIB	Produit Intérieur Brut
s.d.	Sans date
pp.	Plage de pages
RDC	République Démocratique du Congo

Introduction

Il n'est plus à démontrer que l'entrepreneuriat est fortement mis en avant dans les universités, ainsi que dans diverses discussions. Peut-être avez-vous vous-même un entrepreneur dans votre entourage. Toutefois, on peut remarquer que certains profils peuvent rencontrer des difficultés ou même être sous-représentés. Les femmes entrepreneures représentent aujourd'hui environ un entrepreneur en croissance sur trois dans le monde (GEM, rapport mondial 2020/21 : 14).

La question de l'identité et des difficultés rencontrées dans l'entrepreneuriat féminin est souvent au centre du débat. Cependant, plusieurs problèmes sous-jacents restent méconnus ou trop peu considérés lors d'éventuelles études. Le présent mémoire a donc pour ambition de se concentrer spécifiquement au profil des femmes entrepreneures de la diaspora africaine. Ce profil peut rencontrer des défis différents. En effet, en tant que femme et en tant que personne issue de la diaspora africaine, la notion d'entrepreneuriat peut avoir une tout autre connotation. Quels sont les facteurs à considérer ? Quelles sont les difficultés spécifiques qu'elles peuvent rencontrer ? Comment abordent-elles cette notion de double, voire de triple identité sociale ? Toutes ces questions peuvent trouver leur essence dans la question suivante : « *Pourquoi les femmes de la diaspora africaine deviennent entrepreneures et quels défis rencontrent-elles ?* »

Ainsi, ce travail vise à mettre en lumière les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures de la diaspora africaine dans un contexte francophone.

Pour cela, le mémoire suit une structure méticuleuse. Nous commencerons par une revue approfondie de la littérature afin de constituer un aperçu global de l'entrepreneuriat avant de nous concentrer sur l'entrepreneuriat féminin dans la diaspora africaine. Cette revue suit un objectif bien précis : identifier les tendances, les lacunes et les statistiques pertinentes pour souligner l'importance de ce sujet. Ensuite et pour entamer notre partie empirique, nous dresserons une explication détaillée de la méthodologie de recherche choisie. Celle-ci comprend notamment la présentation de la méthode de collecte de données, contenant au total 21 entretiens semi-directifs avec des femmes entrepreneures de la diaspora africaine. Une brève présentation des participantes est également fournie pour donner un aperçu général des profils et des expériences des femmes interrogées. Sur la totalité des participantes, deux origines reviendront particulièrement : le Congo (RDC) et le Cameroun. Par la suite, la présentation des résultats obtenus suite à cette enquête nous permettra de dégager les points saillants et essentiels pour répondre aux questions de recherche de départ. L'analyse des résultats sera couplée à la

revue de la littérature afin de faire un parallélisme dans une partie discussion. Dans celle-ci, les différences et les points d'attention seront relevés. Pour finir et sur base de toutes ces composantes, nous tenterons d'apporter une conclusion solide à notre étude tout en y apportant les nuances nécessaires. Nous espérons, enfin, que les diverses recommandations et critiques pourront apporter des pistes de réflexion supplémentaires et d'encourager des études futures dans ce domaine.

Ce sujet me tient particulièrement à cœur, car, étant moi-même une femme issue la diaspora africaine, j'aspire à devenir entrepreneure. En outre, je note également que dans mon programme d'études, plusieurs femmes entrepreneures ont été invitées, mais qu'aucune femme entrepreneure de la diaspora africaine n'a eu l'occasion de partager son expérience. Face à ce constat, je souhaite à mon niveau donner la parole à ce type de public et permettre à quelques profils de partager leurs expériences.

Partie théorique

Cette partie théorique portera sur la présentation des tendances générales de l'entrepreneuriat féminin en mettant ensuite l'accent sur l'exploration de l'entrepreneuriat féminin au sein de la diaspora africaine.

1. Contexte de l'étude : chiffres et tendances de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat attractif tel que nous le connaissons aujourd'hui a parcouru un long chemin. Dans cette perspective de recherche, nous découvrons la définition de l'entrepreneuriat selon le Professeur Yvon Pesqueux et choisissons de la conserver, car elle semble pertinente et fiable dans le contexte actuel.

« L'entrepreneuriat peut se définir comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus, et matériaux, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant. » (Pesqueux, 2015 ; 3).

L'entrepreneuriat semble omniprésent dans notre société. Rien qu'en France, 19 millions de Français envisageaient d'entreprendre en 2016 (Léger-Jarniou et al., 2016). Bien que ces résultats nous ramènent quelques années en arrière, cette tendance ne fait qu'augmenter, et ce, chez les femmes également, même si des différences sont à noter.

« Basé sur les pays repris dans le rapport Global Entrepreneurship Monitor de 2020, 274 millions de femmes dans le monde seraient impliquées dans la création d'entreprises. Et ce, en plus des 139 millions de femmes propriétaires/gestionnaires d'entreprises établies et des 144 millions de femmes investisseuses informels dans le monde. » (GEM, rapport mondial 2020/21 : 39).

Selon le rapport 2020/21 du Global Entrepreneurship Monitor sur l'entrepreneuriat féminin, une estimation démontrerait qu'une femme sur cinq aurait pour aspiration d'ouvrir sa propre entreprise dans les 3 prochaines années (GEM, rapport mondial 2020/21 : 28). En comparaison, un homme sur quatre serait plus enclin à faire de même (GEM, rapport mondial 2020/21 : 28). Cette différence liée au genre est considérée comme un problème pour les femmes, pour le développement durable des zones rurales et pour l'économie (Agnete Alsos, 2022). Pour tenter d'expliquer cette différence statistique, nous pouvons aborder plusieurs aspects.

Tout d’abord, la perspective biaisée de l’entrepreneuriat aurait un impact et le genre a une place omniprésente dans la société. Comme son nom le dit, l’entrepreneuriat féminin reprend les différentes activités entrepreneuriales des personnes du genre féminin. Selon Lavoie (1988), la femme entrepreneure est définie comme :

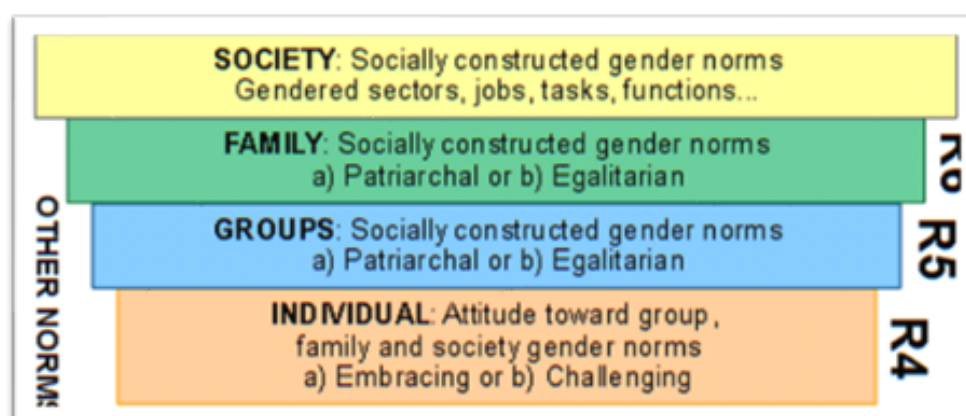
« La femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui [en] assume tous les risques et responsabilités financières, administratives, sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante. » (Lavoie, 1988).

Dans ce mémoire, nous choisirons les définitions de l’article de Marlow, et Martinez Dy (2018), en ce qui concerne le genre et le sexe :

« Les catégories de sexe sont nombreuses, complexes et ouvertes à l'interprétation, mais elles sont liées à des marqueurs tels que les gènes, les hormones et la physicalité. [...] Tandis que le genre est une structure sociale qui n'a pas de marqueurs de catégorie substantiels. En tant que notion conceptuelle socialement construite, il consiste en une multiplicité d'attributions sociales fluides avec des caractérisations désignées connexes de masculinités et de féminités complexes, grossièrement réduites aux catégories sexuelles des hommes et des femmes. » (Marlow, & Martinez Dy, 2018 ; 4).

Véritablement, des normes genrées ont été socialement construites à plusieurs niveaux : emplois, tâches, fonctions, familles, groupes et même à titre individuel. En voici ci-dessous la représentation sous forme d’un schéma :

Tableau 1 – Tableau de représentation des normes genrées à plusieurs échelles (Radu-Lefebvre, 2022)



Voyant l'influence du genre à tous ces stades, c'est sans surprise que l'entrepreneuriat a également eu une forme de genre il y a une vingtaine d'années (Ahl, 2020). D'une manière implicite, la norme sociale relie l'entrepreneuriat à une figure masculine (Calás et al., 2009). Cette liaison influence la considération et la distinction d'un « vrai entrepreneur » et de ce qui constitue un réel comportement entrepreneurial (Calás et al., 2009). Ceci pourrait donc expliquer l'écart qu'il y a dans les statistiques précédemment citées.

En outre, il semblerait que les taux de culture favorables à l'entrepreneuriat soient plus élevés dans les pays à faible revenu, en particulier en Asie centrale et orientale, au Moyen-Orient et en Afrique (GEM, rapport mondial 2020/21 : 16). Lorsque nous voyons de forts taux d'activités entrepreneuriales dans des pays « pauvres », il est à noter que cela est souvent encouragé par la pénurie d'emplois disponibles. Toutefois, dans certaines régions, on remarque des taux d'activité plutôt bas, spécialement pour les femmes. Cela se justifie notamment par certaines croyances et certains préjugés sur les genres ainsi que sur les capacités des femmes dans certains métiers (GEM, rapport mondial 2020/21 : 75).

Outre cela, les femmes semblent aborder différemment les choses des hommes et cela se manifesterait également dans l'entrepreneuriat. Puisque, en plus d'être moins enclines à apercevoir de nouvelles opportunités de création d'entreprises, les femmes tendraient à être plus découragées par la peur de l'échec et manifesteraient une confiance moyenne de 20% inférieure à celle des hommes dans leurs capacités à lancer une entreprise (GEM, rapport mondial 2020/21 : 37). Il s'agit là d'une différence à ne pas sous-estimer dans le profil d'entrepreneur (GEM, rapport mondial 2020/21 : 37).

Par ailleurs, il semble que les femmes entrepreneures ont tendance à entreprendre dans les activités du tertiaire¹. Elles sont donc moins représentées dans le secteur de l'industrie, de la construction ou les secteurs qualifiés dits innovants. Ce serait représentatif d'une sorte de naturalisation des représentations du masculin et du féminin. Le genre féminin ayant été marqué par différents stéréotypes et préjugés (Chasserio et al., 2016). Sur le même sujet, selon l'étude du Gender Innovation Lab basée sur les pages Facebook d'entreprises de 97 pays sur quatre continents, il a été relevé que :

¹ L'activité du tertiaire fait référence à l'ensemble des activités économiques liées aux services, qui englobent les industries non productives de biens physiques. Ces domaines de l'activité du tertiaire sont constitués de services financiers, de services de santé, de commerce de détail, de transport, de tourisme, d'hébergement, et de nombreuses autres activités. Le secteur tertiaire est généralement considéré comme faisant partie des trois domaines fondamentaux de l'économie, les deux autres étant le secteur primaire (agriculture, extraction minière) et le secteur secondaire (manufacture) (Statista, 2022).

« Les entrepreneurs travaillant dans les domaines à dominante masculine ont les revenus les plus élevés. En moyenne, ils gagnent 116 % de plus que les entrepreneures dans des secteurs à dominante féminine ; Les hommes dans les secteurs à dominante féminine se situent à un niveau intermédiaire ; Enfin, les femmes dans les secteurs à dominante féminine ont les revenus les plus faibles. » (Goldstein et al., 2019).

Également, il est important de notifier que le processus d'une femme entrepreneure peut se différencier selon plusieurs critères. Pour en citer quelques-uns, la couleur de peau, son statut d'immigré ou de réfugié, sa classe sociale et ses conditions économiques, son orientation sexuelle, son éducation ont toute leur importance (Marlow & Martinez Dy, 2018).

En général, les femmes entrepreneures sont plus jeunes, plus pauvres et moins éduquées que les hommes entrepreneurs (GEM, rapport mondial 2020/21 : 33). Et en Europe, les femmes entrepreneures ont des diplômes de niveau supérieur à ceux des hommes (GEM, rapport mondial 2020/21 : 59). Selon Badia et al. (2013), le niveau d'éducation ou de formation a un rôle à jouer sur la carrière entrepreneuriale, car plus il est élevé, plus il représente la capacité à décrypter son environnement. Ainsi le diplôme devient une ressource pour les femmes (Badia & al., 2013).

Sur l'aspect financier, les femmes possèdent généralement moins de ressources financières, plus précisément d'épargne pour pouvoir ouvrir une entreprise et/ou investir dans d'autres (GEM, 2020/21 : 30). On note également que les femmes sont à la tête de plus petites structures (GEM, rapport mondial 2020/21 : 15). Cela serait dû au fait que les femmes ne font pas nécessairement appel au financement externe et se repose principalement sur leurs propres fonds. (Chasserio et al., 2016).

L'aspect du réseau et de la famille a également un impact. Ceci dit, dans tous les continents confondus, les femmes seraient moins enclines à connaître un entrepreneur personnellement et cela se justifie sur base d'une estimation qui démontre que 49,6% des femmes en connaissent un comparativement à 56,2% pour les hommes. Ceci semble être un inconvénient puisque connaître personnellement un entrepreneur peut induire un meilleur accès aux ressources importantes comme le financement, la crédibilité de l'entreprise et l'expertise en matière de lancement de Start Up (GEM, rapport mondial 2020/21 : 34).

Au sujet des modèles entrepreneuriaux, une étude de Brush, Carter, Gatewood, Greene et Hart (2006) a montré que les femmes avec un modèle à suivre augmentent leurs chances de percevoir

les opportunités entrepreneuriales et de se sentir habiles à les saisir. Ces modèles joueraient donc un rôle essentiel dans le renforcement de la conviction que l'entrepreneuriat est une voie viable et réalisable pour les femmes. Dans le même état d'esprit, une étude plus récente explique que les rôles modèles féminins influencent positivement les intentions entrepreneuriales des femmes en renforçant leur perception des compétences nécessaires à l'entrepreneuriat (Diaz-Garcia et al., 2015). Il convient également de noter que les femmes entrepreneures peuvent trouver des modèles d'inspiration en dehors du domaine entrepreneurial lui-même. Par exemple, des études comme celle de Gallego et al. (2018) ont souligné l'importance des modèles féminins provenant de divers secteurs, tels que la politique, les sciences, la technologie, l'éducation, etc. Ces modèles féminins hors du monde des affaires peuvent offrir une perspective élargie sur les possibilités de carrière et inspirer les femmes entrepreneures à suivre leurs aspirations professionnelles.

Il a été souligné que dans une société où les femmes sont à la tête d'entreprises ou encore entrepreneures, la communauté est gagnante (Diarra, 2020). À ce propos, les femmes représentent un entrepreneur sur trois dans le monde, offrant des innovations aux marchés nationaux et internationaux (GEM, rapport mondial 2021/22 : 15). À l'inverse, dans les différents endroits où l'entrepreneuriat féminin est réduit ou limité, l'opposé se passe c'est-à-dire que les individus, les communautés, les pays et l'économie générale passent à côté de véritables gains (Diarra, 2020). C'est dès lors peut-être l'une des raisons qui poussent à promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

Hormis ces différences de statistiques liées au genre, on note quelques similitudes dans les statistiques avec les hommes. En général, la tranche d'âge reprenant le plus haut taux de participation sur le sujet de l'entrepreneuriat est la tranche 18-34 ans (GEM, rapport mondial 2020/21 :33). Il semblerait que les motivations à devenir entrepreneurs chez les femmes soient assez similaires à celles des hommes. En effet, selon le rapport du Global Entrepreneurship Monitor, la préoccupation quant à la pénurie d'emplois serait la raison principale. Toutefois, nous pouvons remarquer une légère différence dans le ratio homme-femme : 75% des femmes contre 70% des hommes se joignent à cette affirmation (GEM, rapport mondial 2020/21 : 27). Selon la localisation des femmes entrepreneures, les motivations économiques peuvent être plus ou moins dominantes. Dans les pays qualifiés « à faible revenu », hommes ou femmes, ceux-ci seraient motivés à créer une entreprise dans le but de générer de grandes richesses dans les mêmes proportions (70%) (GEM, rapport mondial 2020/21 : 28). Toutefois, sur les

tendances plus locales, il y a une différence à noter en ce qui concerne l'Europe et l'Afrique, nous développons cela ci-dessous.

Le taux d'entrepreneuriat chez les femmes en Europe s'élèverait qu'à 5,7% comparé à la moyenne mondiale de 11%, soit presque la moitié. Cela représente un des taux les plus bas enregistrés. Et ceci aurait lieu pour plusieurs raisons. Les femmes issues de pays européens bénéficient d'autres emplois, mais aussi de plusieurs autres accommodations. Malgré cela, la raison économique reste en premier plan (GEM, rapport mondial 2020/21 : 56).

2. Focus sur l'Afrique

Il est toutefois intéressant de noter qu'en 2020, les auteurs Cardella et ses collègues mettaient en exergue les différents pays analysés dans les littératures sur l'entrepreneuriat féminin et le fait qu'un petit nombre de pays africains a été repris. Mettant en avant le fait que l'entrepreneuriat féminin est un sujet qui doit encore être étudié sur le territoire africain (Cardella et al., 2020).

Au-delà de la terre fertile que représente l'Afrique, il est à noter que le continent enregistrait le taux d'activité entrepreneuriale le plus élevé chez les femmes (24% contre 11% en Asie du Sud-Est, 9% au Moyen-Orient, 6% en Europe et Asie centrale) (Benarousse & El Kardi, 2020). Il est dès lors important d'étudier la situation en Afrique².

Une caractéristique frappante du continent africain est la densité de la population de jeunes. Ceux-ci sont confrontés à leur culture qui est ancrée dans leur style de vie, mais également aux réalités du monde socio-économique. C'est ainsi que la jeunesse africaine tend à se moderniser tout en gardant la base de sa culture originelle. Il est de plus en plus courant de voir des jeunes entrepreneurs mettant en avant ces deux aspects. Et ce également pour la diaspora, ceci sera discuté ci-dessous (Naguertiga, 2021).

En quelques mots, la femme africaine est souvent au foyer et elle est vouée à la maternité (Naguertiga, 2021). Et plusieurs se retrouvent sur le marché afin de trouver de quoi subvenir à

² Il convient de dire que l'Afrique est un très grand continent, le deuxième plus grand du monde après l'Asie. Il n'est pas possible de prendre les notes ci-dessous comme une vérité établie dans tous les pays du continent. Il est donc important de prendre nos conclusions avec des pincettes, conscients que chaque région et pays peut avoir des tendances totalement opposées.

leur besoin. Ainsi l'entrepreneuriat est, pour la plupart, non pas le résultat d'une passion, mais surtout d'un manque d'alternative pour subvenir aux besoins (Delavelle & Rouanet, 2021).

De ce point de vue, il convient d'évoquer la notion d'entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité. En effet, la question de la motivation à s'engager a été mise en évidence par plusieurs études. L'une d'elles souligne le fait que l'entrepreneuriat de nécessité fait référence aux entreprises créées à la suite de circonstances économiques défavorables, telles que le chômage ou le manque d'opportunités d'emploi. L'entrepreneuriat opportuniste, en revanche, se caractérise par la poursuite d'une opportunité commerciale attrayante qu'un individu trouve. Ces entrepreneurs cherchent à développer des idées innovantes, à créer de la valeur ajoutée et à saisir les opportunités du marché. La différence fondamentale est donc la motivation pour créer une entreprise : nécessité lorsqu'il n'y a pas d'autres alternatives économiques viables, et opportunité lorsqu'il existe une perspective de réussite entrepreneuriale (Giacomin et al., 2016). Ci-dessous est repris le tableau récapitulatif de ces auteurs et qui permet de mieux saisir ces notions.

Tableau 2 - Motivations d'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité (Giacomin et al., 2016)

Nécessité	Opportunité
Sortir du chômage	Gagner un maximum d'argent
Acquérir du prestige	Augmenter les revenus
Être reconnu socialement	Être autonome
Répondre aux attentes familiales	Créer votre propre emploi
Perpétuer la tradition familiale	Ne plus avoir de patron
	Développer de nouveaux produits/services
	Développer de nouveaux procédés de fabrication

Les femmes sont encore minoritaires à avoir des comptes bancaires avec une épargne personnelle puisque le taux de bancarisation est moindre comparé aux hommes. Cela peut être une des raisons pour lesquelles les femmes rencontrent des difficultés à devenir entrepreneures en Afrique (Naguertiga, 2021). À propos des difficultés de financement, les auteurs Benarousse et El Kardi mettent en avant trois sources de difficultés : l'accès au financement, les conditions structurelles défavorables aux femmes et l'entrepreneuriat de subsistance repris dans la figure ci-dessous.

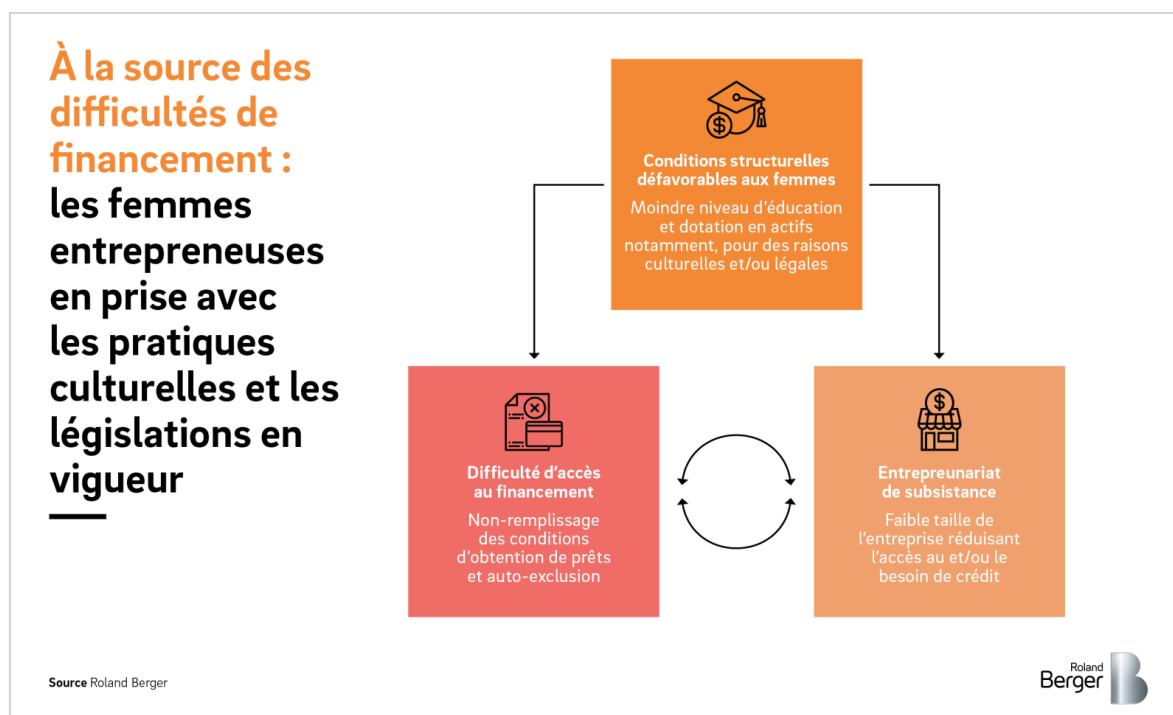


Figure 1 - À la source des difficultés de financement (Benarousse & El Kardi, 2020)

Par ailleurs, comme dit précédemment, une norme sociale en ce qui concerne la place de la femme dans la société est fortement ancrée. Il y a un partage inégal sur la charge des soins aux enfants et une forte discrimination dans l'emploi et le salaire (Delayelle & Rouanet, 2021).

Dans la section antérieure, nous notions la tendance des femmes à entreprendre dans le tertiaire. Ce phénomène est également décelé chez les femmes entrepreneuses d'Afrique. En Ouganda ou en Éthiopie, ladite « ségrégation sectorielle » serait l'une des raisons pour lesquelles les femmes sont défavorisées sur les plans des bénéfices. Cette ségrégation sectorielle consiste en la concentration des personnes dans certains secteurs particuliers. Dans ce contexte, les femmes sont d'avantages présentes sur certains secteurs tels que l'esthétique alors que le secteur de l'électricité est fortement occupé par des hommes. Et le bénéfice mensuel des femmes dans les secteurs à prédominance masculine n'est que de 86 dollars comparés à celui des hommes de 371 dollars (Delayelle & Rouanet, 2021). En comparaison avec un autre pays, le rapport de la Banque mondiale a relevé le fait qu'en République démocratique du Congo, un quart de la différence de bénéfices entre les femmes et les hommes est dû à cette ségrégation dans des secteurs moins rentables (Campos et al., 2019). Cette tendance est confirmée même à l'échelle internationale dans l'étude du Gender Innovation Lab citée précédemment.

De plus, il a été reporté que les femmes des pays à faible revenu sont deux fois plus susceptibles de déclarer avoir des intentions de création d'entreprises que celles des pays à revenu élevé (GEM, rapport mondial 2021/22 : 14).

Grâce à l'évolution des technologies, des formations et la mise en avant des femmes, ces dernières ont su s'imposer dans des secteurs qui ne leur étaient pas accessibles tels que l'architecture, le génie civil, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'aviation, la géologie ou les sciences. L'entrepreneuriat en fait également partie. (Naguertiga, 2021).

À ce propos, la technologie et le monde numérique ont un rôle à jouer dans le choix de la carrière entrepreneuriale, spécialement en Afrique. Internet et le mobile ont totalement changé la perception du continent africain sur l'entrepreneuriat (Naguertiga, 2021). En 2013, les statistiques affirmaient : « *Internet pourrait contribuer au PIB annuel du continent africain à hauteur de 300 milliards de dollars d'ici 2025, tandis que 67 millions de smartphones circulent déjà dans les mains d'une population extrêmement jeune.* » (Rauline, 2013) Et à ce propos, nous pouvons identifier plusieurs éléments qui ont été mis en place pour encourager les femmes. Nous pouvons notamment relever l'« eTrade for Women de la CNUCED » mis en place en 2020 (UNCTAD, 2020) ainsi que plusieurs éléments où les femmes se sont démarquées ; par exemple, les moulins à moudre le riz solaire au Sénégal ou les citernes d'eau connectées au Rwanda (Barbaut, 2020).

Aujourd'hui, on peut voir un grand nombre de femmes à la tête de structures agricoles, d'artisanat ou encore commerçantes sur les marchés. Cela justifie pourquoi au côté du Moyen-Orient, l'Afrique comprend les régions où le taux d'intentions entrepreneuriales chez les femmes est le plus élevé (GEM, rapport mondial 2021/22 : 75). Beaucoup plus de femmes démontrent ainsi du leadership et font évoluer leur idée de business au sein de l'Afrique même, mais au sein d'autre continent aussi. Madame Massogbè Touré Diabaté peut être citée comme exemple. Cette femme est à la tête d'une société de noix de cajou (anacarde) en Côte d'Ivoire et a ainsi pu s'émanciper économiquement. Finalement, là où les femmes devenaient entrepreneures par nécessité, aujourd'hui elles peuvent tendre vers une carrière entrepreneuriale par envie ou réelle opportunité perçue (Naguertiga, 2021).

En décembre 2016, lors du forum Afrique France prenant place à Paris, Makhtar Diop, à ce moment vice-présidente de la Banque mondiale pour l'Afrique, a déclaré : « *La capacité*

entrepreneuriale des femmes en Afrique est impressionnante. Elles sont des agents de production essentiels. » (Naguertiga, 2021). L'entrepreneuriat des femmes représenterait ainsi un enjeu de taille quant à la croissance du continent africain (Delavelle & Rouanet, 2021). Nous pouvons citer quelques organismes tels que Women in Africa ou encore WETECH Africa (Women in Entrepreneurship and Technology) qui mettent en avant l'impact que les femmes peuvent avoir sur le développement du continent africain (Naguertiga, 2021).

Concrètement, les femmes africaines sont confrontées à de nombreux défis tels que les barrières culturelles, la classification de mère de famille et/ ou responsable de foyer, le manque de modèles et le manque d'accès inadéquat aux ressources financières (Diarra, 2020).

Revenons ainsi à l'Afrique. Pour pouvoir mettre en avant les femmes dans l'entrepreneuriat et ainsi bénéficier d'une croissance économique grâce à la création d'emploi, l'Afrique doit créer un environnement favorable au succès de la création d'entreprises par les femmes (Diarra, 2020). Pour cela, il est important de chercher à combler les écarts entre les sexes en identifiant et en utilisant des actions, des programmes et des politiques cherchant à aider les femmes en difficulté (Delavelle & Rouanet, 2021).

Dans cette démarche entrepreneuriale, il n'est pas rare de voir des jeunes femmes étendre leurs limites pour se rendre au sein d'un autre continent et ainsi vivre l'émigration ou l'expatriation. Ceci fait écho à la notion d'émigration et de diaspora.

3. Diaspora et caractéristiques des femmes africaines qui deviennent entrepreneures

Les peuples africains ont vécu plusieurs vagues d'émigrations et à cause des caractéristiques de leur migration qui sont vues comme des contraintes, le terme de la diaspora a très tôt été utilisé pour parler de ce mouvement (Peretz, 2005). Le terme « diaspora », d'origine grecque, a longtemps été associé à l'exil des juifs au départ de Babylone. Il est d'ailleurs à noter que les juifs eux-mêmes ne sembleraient pas utiliser ce terme qui met en avant la dimension de dispersion, mais plutôt le terme « galuth » (Peretz, 2005). Toutefois, aujourd'hui, il est utilisé dans une multitude de contextes et a pour signification la dispersion d'un peuple, d'une ethnie à travers le monde (Larousse, s.d.). Toutefois, dans le cadre de ce travail, la définition des chercheurs sociaux se référant aux « migrants qui s'installent dans des pays lointains et y engendrent de nouvelles générations, tout en maintenant des liens affectifs avec leur pays d'origine, où ils viennent de temps en temps » semble plus adéquate (Manning, 2018).

Pour beaucoup de familles migrantes, l'entrepreneuriat est un choix qui trouve sens. En général, la réussite des entrepreneurs ethniques s'explique par leur volonté personnelle de travailler dur, c'est-à-dire pour atteindre les objectifs économiques du projet de migration. Mais une autre raison est la solidarité ethnique, qui fournit aux entrepreneurs les ressources dont ils ont besoin. Les ressources familiales compensent l'absence de ressources des classes sociales privilégiées qui se lancent dans l'entrepreneuriat (Apitzsch, 2005). La formation d'entreprise ethnique peut être une conséquence de la menace d'exclusion sociale ainsi que l'accent mis sur les politiques et activités d'externalisation des grandes entreprises (Apitzsch, 2005). Nous notons que pour beaucoup d'immigrants le choix d'une carrière entrepreneuriale est principalement en raison des difficultés d'emplois (Albert & Dodeler, 2020).

Les femmes migrantes sont impliquées dans l'économie ethnique de plusieurs manières différentes en fonction de la position qu'elles ont. Pour certaines, il s'agit d'être co-entrepreneur, employé d'entreprise de son mari où elle peut être impliquée dans une entreprise familiale d'une manière non conventionnelle. Mais cela ne se limite pas à cela bien évidemment, les femmes migrantes sont également entrepreneures à elles toutes seules. Le nombre de femmes d'origine ethnique qui travaillent à leur compte s'est accru rapidement au cours des dernières années (Apitzsch, 2005).

Sur la démarche entrepreneuriale des personnes de la diaspora, plusieurs éléments peuvent être identifiés. De fait, lorsqu'on s'intéresse aux personnes de la diaspora même (hors génération sous-jacente), les capitaux sociaux, humains, financiers et culturels ont un impact (Ojo et al., 2013).

Le capital social et les réseaux sont très importants dans la relation entre le pays d'accueil et le pays d'origine. Pour les entreprises en Afrique, c'est souvent la famille qui va porter le projet. Cela peut être positif, mais représente aussi des aspects négatifs évoqués par plusieurs entrepreneurs, tels que l'abus de confiance. De ce fait, dans certains pays, la législation ne permet pas de poursuivre une personne en bonne et due forme. Ainsi, il n'est pas rare de voir un membre de famille escroquer sa parenté. À cause des multiples représentations d'entrepreneurs qui aident à diverses causes, les familles d'entrepreneurs de la diaspora s'attendent à recevoir une aide de leur confrère (Ojo et al., 2013).

Ce phénomène pourrait également trouver son essence au sein du phénomène communautariste dans la culture africaine. Cela se manifeste par une insistance accrue sur les liens familiaux, les

liens communautaires et la solidarité de groupe. Selon Nkurunziza et Nkurunziza (2015), les cultures africaines mettent l'accent sur le concept d'Ubuntu, soulignant l'importance de l'interdépendance et des relations humaines. Ubuntu encourage les individus à se considérer comme faisant partie d'une communauté plus large et à se soutenir mutuellement. De plus, selon Mbiti (2015), les cultures africaines valorisent le concept de parenté, c'est-à-dire des liens familiaux qui vont au-delà du noyau familial et incluent des parents éloignés, des ancêtres et des communautés entières. Cet accent mis sur les relations et la solidarité communautaire a eu un impact majeur sur la vie quotidienne, la prise de décision collective et les soins des membres de la communauté africaine.

Sur l'aspect de la plus-value du réseau, une autre recherche, réalisée par Bokrezion et Wolday (2015), met en évidence l'impact positif du réseau sur la performance des femmes entrepreneures dans la diaspora africaine. Les liens sociaux et professionnels établis par le biais du réseau peuvent aider les femmes à accéder à des informations cruciales, à des ressources et à des opportunités commerciales. Le réseau peut également contribuer à renforcer la visibilité et la crédibilité de ces femmes entrepreneures, leur donnant ainsi accès à de nouveaux marchés et à des clients potentiels. Face à des problèmes culturels ou même linguistiques dans le pays d'accueil, le réseau joue un rôle primordial (Ba et Helms, 2018).

En ce qui concerne le capital humain, les Africains de la diaspora sont pour la plupart bien éduqués comme cité précédemment et ont en eux des capacités développées à cause de leur parcours (Ojo et al., 2013). À propos du capital financier, la création d'une entreprise nécessite une base financière solide. Toutefois, les entrepreneurs africains de la diaspora commencent souvent leur activité avec des fonds limités venant de leur famille, d'hypothèques ou d'économies. Leur statut d'immigrés leur permet de jouir d'une situation qui est quand même avantageuse en comparaison avec leurs confrères restés au pays. Mais on note que pour la pérennité de leur activité au pays, il faut un apport continu de fonds, ce qui peut s'avérer risqué et compliqué.

Enfin, le capital culturel constitue à lui-même une grosse spécificité de la diaspora africaine. Les compétences, les langues, les coutumes, les pratiques, les comportements, attitudes socialement acquises dans le pays étranger et le pays originaire constitue une richesse à part entière. Cependant, cela peut susciter des désaccords également lorsque le changement n'est pas bien accueilli dans le territoire originaire (Ojo et al., 2013).

Nous évoquions précédemment l'aspect communautariste de la culture africaine, ou plutôt des pays africains. Cela peut être un exemple de divergence avec la culture des pays européens. Selon Kautonen, Kibler, and Wainwright (2015), dans les pays européens, les entrepreneurs sont généralement encouragés à poursuivre leurs ambitions professionnelles, mais l'accent est souvent mis sur la réussite individuelle et la réalisation personnelle plutôt que sur le soutien de la communauté. Les liens familiaux et communautaires peuvent être importants, mais ils peuvent être considérés comme moins importants dans un environnement entrepreneurial. De cette façon, l'accent est souvent mis sur l'individualisme et l'autonomie de l'entrepreneur. Ces entrepreneurs européens peuvent être encouragés à prendre des risques, à innover et à poursuivre leurs aspirations professionnelles indépendamment de l'opinion de leur entourage.

En revanche, en Afrique, la culture communautaire met l'accent sur les relations et la solidarité de groupe comme décrit plus haut. Par conséquent, le succès entrepreneurial est souvent considéré comme profitant à la communauté dans son ensemble, et pas seulement à l'individu. Ainsi, les entrepreneurs africains peuvent avoir beaucoup de soutien de leur entourage, tant au niveau familial qu'au sein de leurs communautés, qui encouragent et soutiennent leurs projets entrepreneuriaux. Ce soutien collectif peut aider les entrepreneurs africains à surmonter les défis financiers, à accéder à des opportunités et à bénéficier de l'expertise et du mentorat de leur réseau (Neneh, 2017).

Ces différences culturelles dans la perception de l'entrepreneuriat et du soutien de l'entourage peuvent influencer la manière dont les individus abordent la création d'entreprise et recherchent le soutien nécessaire. Pour cette raison, a été soulignée l'importance de tenir compte des aspects communautaires dans les politiques et les programmes de soutien entrepreneurial en Afrique (Batjargal, 2020). Un exemple pour démontrer cela est la conception même des rôles modèles. En Afrique, les femmes entrepreneures peuvent prendre comme modèles d'autres femmes africaines qui ont réussi dans le domaine entrepreneurial. Ces modèles sont souvent issus de la même culture, de la même communauté ou de pays similaires, ce qui facilite l'identification et l'inspiration, car la proximité est toujours présente même inconsciemment (Neneh, 2017). En revanche, en Europe, les rôles modèles pour les femmes entrepreneures peuvent être plus diversifiés. Les femmes entrepreneures peuvent prendre comme modèles d'autres femmes entrepreneures européennes, mais elles peuvent également s'inspirer de femmes entrepreneures de différentes nationalités et origines (Busetta et al., 2019).

Outre cela, en ce qui concerne l'entrepreneuriat générationnel, il se peut que l'entrepreneuriat ne soit pas considéré comme une voie désirable pour la parenté africaine. En effet, parfois, les parents faisant partie de la diaspora estiment que travailler avec un statut d'indépendant n'est pas une voie souhaitable et ils s'efforcent à éloigner leur progéniture de la profession familiale et encouragent plutôt la réussite scolaire comme voie vers d'autres carrières (Apitzsch, 2005).

À part cela, les jeunes entrepreneurs de la diaspora africaines attachent une forte importance à leurs racines. C'est dans cet ordre d'idées que nous pouvons voir l'importance de leur culture dans leurs modèles de business, le nom de l'entreprise ou même le secteur choisi (Naguertiga, 2021).

Pour résumé, la diaspora peut présenter plusieurs avantages puisque les personnes migrantes contribuent sur plusieurs axes de développement d'un pays :

« [...] Les réseaux de migrants contribuent au commerce bilatéral, aux investissements et à d'autres flux financiers, ainsi qu'à la diffusion de connaissances et de technologies entre les pays d'origine et les pays d'accueil. » (Rapoport, 2017 ; 4)

Un exemple de personnalité marquante issue de la diaspora est Magatte Wade. Cette femme originaire du Sénégal a grandi sans ses parents dans son pays d'origine, pour les rejoindre par la suite en Europe. Là, elle fait le choix de suivre des cours dans une filière de gestion. Et elle deviendra par la suite entrepreneure à succès travaillant à la valorisation des produits naturels africains dans l'agroalimentaire et la cosmétique sur le marché américain (Naguertiga, 2021).

Toutefois, il est important de notifier que la démarche inverse a aussi lieu. En effet, il n'est pas rare de voir plusieurs femmes issues de la diaspora africaine faire le choix de retourner sur les terres originelles de leurs parents pour apporter leur expertise dans un domaine précis et ainsi contribuer au relèvement économique et la revalorisation du continent africain (Diagne, 2017). Ce choix est parfois même contesté par les parents ne comprenant pas ce retour en arrière. Cependant, pour ces femmes, cela fait tout son sens. Pour la plupart, le souhait de participer à la construction d'une Afrique nouvelle, inclusive et ouverte sur le monde reste une des motivations premières (Diagne, 2021).

Malheureusement, il est à noter que les tendances globales restent minoritaires comparés aux hommes. En effet, l'étude faite en 2013 sur des entrepreneurs de la diaspora africaine au Royaume-Uni démontrait la prédominance des hommes entrepreneurs. Ceci serait justifié par

l'hérédité culturelle basée sur des ordres sociaux masculins et dominants, et l'estime de soi (Ojo et al., 2013). Et le sujet de l'entrepreneuriat féminin au sein de la diaspora africaine reste un sujet encore peu étudié. Véritablement, la littérature à ce sujet est limitée.

4. Problématique et questions de recherches

Pour les femmes issues de la diaspora africaine, nous pouvons parler de la notion de « double identité », du fait qu'elles sont des femmes et issues de la diaspora africaine. Ainsi, ces femmes sont porteuses de deux cultures différentes, celle dont leur parenté est originaire et celle du pays d'accueil. Au travers des sections ci-dessus, nous pouvons voir que les tendances entrepreneuriales en Afrique et chez les femmes en générale présentent quelques distinctions. Globalement, l'entrepreneuriat est en plein essor.

Cette double identité culturelle pour ces femmes peut être une véritable richesse, mais elle vient également avec ses challenges. De fait, l'activité entrepreneuriale peut présenter différents aspects discriminatoires. Un exemple le plus marquant le racisme et la crédibilité. Originaires d'Afrique, les entrepreneures de la diaspora sont souvent victimes d'une décredibilisation massive due au manque de sérieux de leurs prédécesseurs ou également des préjugés sur l'entrepreneuriat africain liés aux problèmes de corruption, d'instabilité politique, des infrastructures déficientes et des contraintes économiques auxquelles sont confrontés certains pays africains (Okafor et al., 2020).

À côté de ceci, il est vrai qu'il y a eu et continue d'avoir une évolution sur les statistiques dans l'entrepreneuriat africain et féminin. Toutefois, étant donné que le sujet de l'entrepreneuriat féminin au sein de la diaspora africaine reste encore peu étudié à ce jour, nous souhaitons y porter un regard curieux. À travers les sections précédentes, nous avons pu noter plusieurs aspects qui peuvent être de vrais enjeux :

- La mentalité de la génération précédente est axée sur le postulat que le rôle de la femme est de s'occuper de son foyer ;
- Le caractère risqué de l'entrepreneuriat alors que les générations parentes de la diaspora ont généralement quitté leurs territoires natals dans l'espoir de trouver la sécurité (par exemple avoir un emploi à revenu fixe) ;
- La montée globale de l'entrepreneuriat et l'attention portée à l'entrepreneuriat féminin ;

- L'importance du réseau ;
- Les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures en général.

Au travers de cette recherche, nous souhaitons avoir le retour et l'expérience de plusieurs de ces femmes. Cela nous permettra de répondre à des questions telles que, selon elles : Qu'est-ce qu'être porteur d'une double culture ? Qu'est-ce que cela implique dans la démarche entrepreneuriale ? Quels sont les challenges spécifiques à cette double culture ? Toutes ces questions sont liées à la notion d'identité, mais il peut s'avérer que les difficultés sont plus d'ordres pratiques.

Tout ceci peut être résumé en deux questions globales : « *Qui sont les femmes entrepreneures issues de la diaspora africaine ? Et quels défis rencontrent-elles ?* » Au travers des parties suivantes, nous tenterons de ressasser les éléments nécessaires afin de répondre à ces questions.

Partie empirique

Nous allons dès lors passer à la partie empirique. Cette dernière vise à faire progresser notre compréhension de l'entrepreneuriat féminin dans la diaspora africaine sur la base des données recueillies auprès de 21 femmes entrepreneures. L'objectif est d'examiner leurs défis, leurs motivations et leurs expériences entrepreneuriales afin de mieux comprendre les dynamiques et les facteurs influençant leur parcours entrepreneurial.

1. Présentation du terrain de recherche et méthodologie

Afin d'aborder les problématiques des femmes entrepreneures de la diaspora africaine, nous nous sommes intéressés aux parcours entrepreneuriaux de quelques-unes d'entre elles. L'objectif principal de cette recherche est d'explorer les expériences ainsi que les défis de celles-ci, afin de mieux comprendre les facteurs qui influencent leur engagement dans l'entrepreneuriat ainsi que les aspects sur lesquels la société peut intervenir pour faciliter l'accès à l'entrepreneuriat pour ces femmes.

Après avoir effectué une revue des écrits nous montrant que le sujet est encore peu étudié, cette recherche s'inscrit dans une démarche exploratoire. Raison pour laquelle, nous utiliserons une approche qualitative. Cette approche qualitative permet une découverte approfondie et de nouvelles pistes (Creswell & Poth, 2018).

Une méthodologie rigoureuse a été mise en place, rassemblant au total 21 entretiens individuels approfondis avec des femmes entrepreneures sur une période de six mois, de novembre 2022 à mai 2023. Ci-dessous, est repris le tableau récapitulatif des personnes interviewées. Ce format d'entretien permet d'avoir le vrai ressenti de chacun, quelle que soit l'expérience des autres entrepreneurs.

Tableau 3 - Profils des 21 participantes

	Domaine d'activité	Lieu d'activité / Présentement à	Origine
1	Cabinet de conseil et stratégie	Belgique	Congo (RDC)
2	Agence événementielle	Belgique – Congo (RDC)	Congo (RDC)

3	Conciergerie en tourisme culturelle	France	Cameroun
4	Marque de soin pour cheveux afro	France	Congo (RDC)
5	Marque de cosmétique naturel	Belgique	Congo (RDC)
6	Cabinet de conseil	France – Comores	Comores
7	Société offrant des services de langues	Congo	Congo (RDC)
8	Création d’accessoires de mode et vêtements	Belgique	Congo (RDC)
9	Coach sportive	Belgique	Congo (RDC) - Belgique
10	Agence de conseil en image	Belgique	Angola
11	Service et conseil aux entreprises sur la responsabilité sociale	France	Cameroun
12	Organisme de formation en gestion de salons de beauté et création de marques cosmétiques	France	Cameroun
13	Agence de communication centrée sur les marques Afropéennes	Angleterre	Congo (RDC)
14	Services de beautés	France	Congo (RDC)
15	Création de vêtements et accessoires de mode	Belgique	Congo (RDC)
16	Promotion des entrepreneurs Promotion des talents de la diaspora africaine à Bruxelles	Belgique	Congo (RDC)
17	Formation de groupe et accompagnement individuel sur des sujets de développement personnel	Belgique	Cameroun
18	Agence de Design, Stratégie et Innovation (services aux entreprises)	Belgique – Congo (RDC)	Congo (RDC)
19	Agence spécialisée dans les ressources humaines	Belgique	Congo (RDC)
20	Décoratrice et linge de maison afropéen	Belgique	Congo (RDC) - Rwanda

21	Promotion de l'entrepreneuriat afro-belge féminin (formation professionnelle et coaching)	Belgique	Congo (RDC)
----	---	----------	-------------

La sélection des participantes à cette étude a été faite de manière stratégique pour assurer une représentation diversifiée des femmes entrepreneures. Des critères d'inclusions tels que le secteur d'activité, l'expérience entrepreneuriale et la localisation géographique ont été pris en compte. Les participantes ont été recrutées à partir d'un échantillon non probabiliste, sur la base de recommandations et de contacts établis dans le réseau personnel sur LinkedIn (Creswell, 2013). Il s'agit donc là d'un échantillon de convenance (Patton, 1990).

La collecte des données s'est faite principalement par le biais d'entretiens individuels semi-directifs. Ces entretiens ont été réalisés par téléphone ou sur des plateformes de communication en ligne, tels que Google Meet ou WhatsApp en fonction de la disponibilité et des préférences des participantes. Chaque entretien a duré en moyenne 45 minutes et a été enregistré avec le consentement des participantes.

Divers aspects du parcours entrepreneurial des femmes, tels que les motivations à entreprendre, les obstacles rencontrés, les réseaux de soutien et les défis ont été abordés durant les entrevues. Le script d'entretien de base se trouve en annexe (voir annexe 1). Des questions ouvertes ont été utilisées pour permettre aux participants de partager librement leurs expériences et opinions.

Les enregistrements des entretiens ont ensuite été intégralement retranscrits et anonymisés afin de garantir la confidentialité des participants. Ces retranscriptions complètes ne sont disponibles que sur demande écrite pour les membres du jury. L'analyse qualitative a été réalisée à l'aide d'une approche thématique ainsi qu'une analyse narrative appuyée sur les propos tenus par les participantes. Sur base de ceux-ci, en répétant le processus de codage et de regroupement, ont pu être identifiés des concepts cohérents et significatifs. Ces différents éléments peuvent être retrouvés ci-dessous :

Tableau 4 - Grille de codage de l'analyse de contenu

Entrepreneuriat féminin au sein de la diaspora africaine	Motivations	Nécessité ou besoin perçu
		Indépendance financière et transmission d'un patrimoine
		Passion, croyance personnelle et capacités
		Besoin d'impacter
	Contexte familial et culturel	Culture
		Mentalité et modèle d'entrepreneuriat féminin dans l'entourage
	Démarche entrepreneuriale	Réaction de l'entourage - Peur et incompréhension - Sentiment de fierté et soutien - Soutien de la belle famille européenne
		Choix de la localisation
		Défis - Mentalité « paternaliste » et sexisme intracommunautaire - Manque de soutien intracommunautaire - Racisme - Communauté cible - Visibilité - Manque de représentation - Manque de connaissance et problème de gestion - Point sur la Belgique

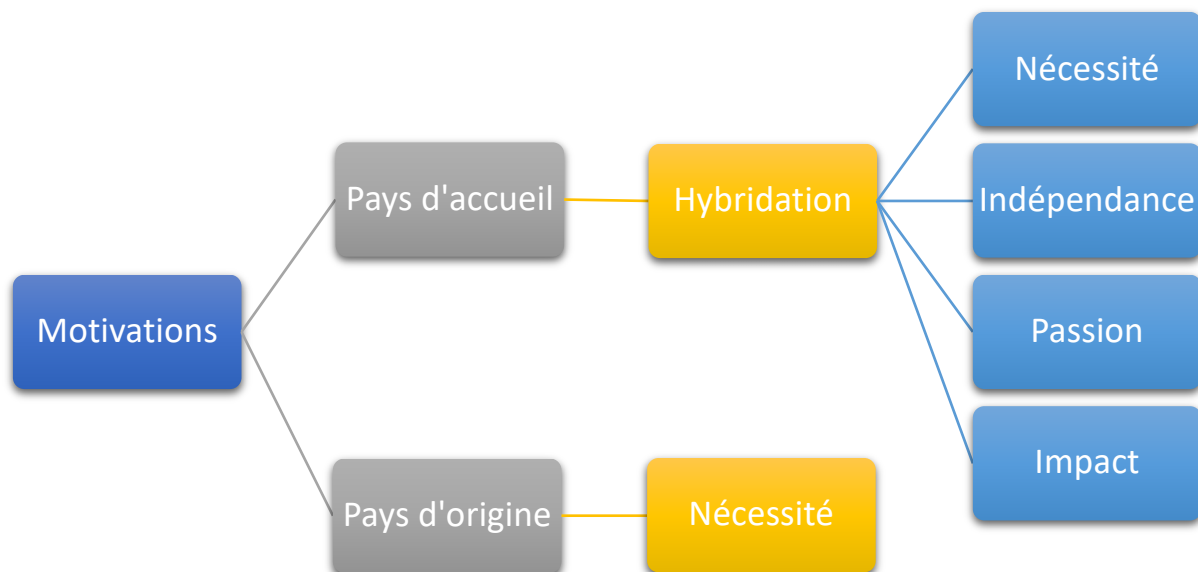
Ces 21 entretiens ont permis d'atteindre un phénomène de saturation en ce qui concerne les thèmes relevés (Guest et al., 2006). Cela signifie que plus aucune nouvelle information significative ou thématique n'émerge des données recueillies, indiquant ainsi que la collecte de données peut être considérée comme suffisante pour les thèmes identifiés. La méthodologie de recherche utilisée pour ce mémoire a donc permis de recueillir des données riches et détaillées sur les parcours entrepreneuriaux des femmes.

2. Présentation des résultats

Après avoir pris connaissance de l'échantillon de convenance, passons dès à présent aux résultats de cette recherche. Ceux-ci ont permis d'éclairer les différents éléments intervenant dans la démarche entrepreneuriale d'une femme aux origines africaines.

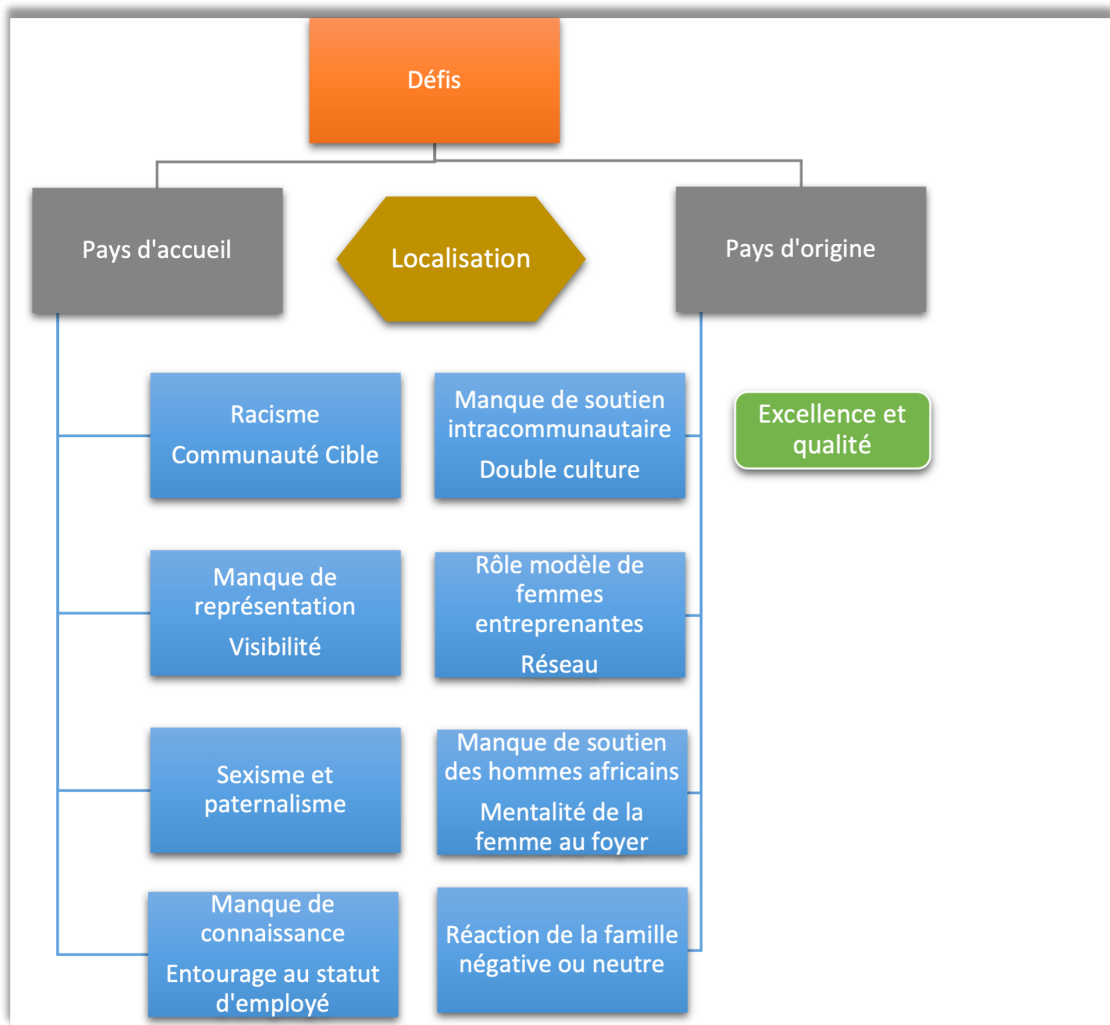
En ce qui concerne les motivations, les participantes rencontrées dans le cadre des entretiens ont commencé leurs activités pour diverses raisons. Elles n'ont pas toutes évoqué le même motif à leur lancement, mais on retrouve plusieurs similitudes. Globalement, cela peut se regrouper en 4 catégories de motifs : le besoin perçu, l'indépendance financière, les croyances personnelles et la soif d'impacter la société et leur entourage. Cela marque une différence avec les femmes entrepreneures venant directement d'Afrique selon les dires des femmes interrogées. La figure ci-dessous reprend les tendances globales :

Figure 2- Motivations des femmes entrepreneures africaines



Outre les motivations, divers défis ont été relevés par ces femmes interrogées tels que le racisme, la communauté cible, le manque de soutien intracommunautaire et bien d'autres. Tous ces défis peuvent être résumés dans la figure ci-dessous également :

Figure 3 - Défis des femmes entrepreneures issues de la diaspora africaine



Tous ces éléments précédemment cités constituent les motivations et défis de ces femmes entrepreneures de la diaspora africaine. D'autres aspects tels que la localisation sont également à tenir en compte et méritent d'être évoqués. Au travers des sections suivantes, nous tenterons d'expliciter chacun de ceux-ci de manière cohérente en les contextualisant. Nous terminerons par donner les avis des femmes en ce qui concerne la situation en Belgique.

A. Motivations

Comme dit ci-dessus, 4 catégories de motifs peuvent être retrouvées dans les interventions des femmes interrogées : le besoin perçu, l'indépendance financière, les croyances personnelles et la soif d'impacter la société et leur entourage. Nous prendrons le temps de détailler chacun de ceux-ci.

a) Nécessité ou besoin perçu

À l'opposé de certains membres de leur famille ou les générations précédentes, aucune des femmes ne cite avoir choisi la voie de l'entrepreneuriat par nécessité financière. Il s'agirait plus d'une volonté de s'affirmer ou de construire quelque chose.

« Selon les données, ce sont les femmes africaines qui sont les premières à entreprendre. On a le taux le plus élevé. Mais c'est plutôt l'entrepreneuriat indirect. Parfois, elles n'ont pas le choix. Pour prendre soin de leur famille, elles doivent vendre des pagnes, aller au marché. Donc c'est plus de l'entrepreneuriat de nécessité, un besoin de survivre. Ici en Europe, je pense qu'on prend le temps. Ce n'est pas une nécessité. On le veut donc on le fait. » (Participant N°20)

Toutefois, la question de nécessité peut être remise en question. De fait, ci-dessus est relevée la nécessité financière, mais plusieurs relèvent le fait qu'elles ont décelé un besoin ou un problème de manière personnelle. Ainsi répondre à ce besoin est finalement devenu une nécessité pour elles.

« Pour celles que je connais... Je pense que certaines, ça a été de [l'entrepreneuriat de] nécessité parce qu'elles sont arrivées à un moment donné où il y avait un problème et qu'il n'y avait peut-être pas la solution (...). Ça peut être par exemple, pour les cheveux crépus. (...) Je pense en particulier à une qui crée des livres pour la représentation ; pour que nos enfants puissent avoir des BD où il y a aussi des noirs, tu vois. Donc à mon avis elle a dû voir un manque ou autre. » (Participant N°20)

À ce propos, parmi les femmes interrogées, une explique son choix d'activité de cette manière:

« (...) Comment l'idée m'est venue ? Ma mère est dans le secteur des mines. Et j'ai remarqué que les femmes d'affaires ne pètent pas un mot d'anglais en fait. Ça m'a choqué. Comment ça vous vendez à l'international et vous ne parlez pas anglais ? Donc ça m'a fait tilt. Je me suis dit : Je pense qu'il y a un réel besoin. Et donc j'ai essayé de comprendre le pourquoi du comment. (...) » (Participant N°7)

Un autre exemple pour appuyer le motif d'un besoin perçu est celui de la répondante N°3. Lorsqu'elle s'installe en 2014 à Paris, elle reçoit plusieurs membres de sa famille. Comprenant que ces personnes ne veulent pas forcément rester à la maison en vacances, elle propose de faire des visites avec par exemple le château de Versailles. La réaction n'est pas des plus encourageante au départ. Mais finalement, ces personnes la suivent et apprécient la découverte.

Elle se rend donc compte que rien n'est mis en place pour les touristes africains qui viennent à Paris. Elle parle bien évidemment des touristes lambda, pas des personnalités. Et c'est de ce besoin que naît son entreprise.

b) Indépendance financière et transmission d'un patrimoine

Malgré l'aspect financier qui n'est pas directement la raison urgente du choix de se diriger vers l'entrepreneuriat, plusieurs évoquent que l'entrepreneuriat représente un des seuls moyens pour pouvoir demeurer libre de ses actes ainsi que construire un véritable patrimoine à transmettre.

« Une personne entrepreneure, c'est quelqu'un qui veut bâtir quelque chose, qui veut laisser quelque chose à ses enfants et laisser un héritage. Quand tu es employé, salarié... Tu ne sais pas le faire parce que le salaire que tu reçois, c'est juste pour vivre durant le mois et encore si, tu y arrives... » (Participante N°10)

À ce propos, l'une des femmes explique qu'une de ses motivations est de pouvoir permettre à ses futurs enfants de jouir d'une bonne condition financière.

« J'ai besoin de travailler autant parce que je veux pouvoir offrir à mes enfants tout ce que je n'ai pas forcément pu avoir. Après je ne dis pas que j'ai manqué de choses, mais par exemple j'ai toujours voulu faire un Erasmus aux États-Unis. C'était impayable donc je me dis que chez moi, mon gosse s'il veut le faire, il va le faire. Je me donne les moyens même s'il faut que je travaille 2 fois plus. » (Participante N° 9)

Pour elles toutes, l'aspect financier au début est un challenge de taille qu'il faut supporter. Venant d'une famille afrodescendante, la capacité financière est différente de ce qu'elle était dans le pays d'origine. L'une des femmes interrogées explique :

« Nous étions plutôt aisés des deux côtés en Afrique, mais en arrivant en Europe, il y a toujours un nivellement vers le bas en ce qui concerne les classes sociales parce que bon la monnaie n'est pas la même. » (Participante N°12)

De plus, ces familles se retrouvent souvent en situation de devoir subvenir aux besoins financiers de leurs proches restés dans leur pays d'origine.

« Ce sont les projets de vos familles c'est-à-dire qu'on vous demande de vous occuper, de financer les travaux de l'appartement des parents ou d'un oncle en Afrique, ou encore d'aider à payer la scolarité d'un cousin là-bas. Et ça ralentit parce qu'au bout d'un certain temps, nous restons dans un état de survie et nos parents sont restés dans une mentalité de survie. » (Participante N°12)

Pour pallier cela, une des solutions est d'avoir un emploi de base en tant que salarié puis un revenu complémentaire en tant qu'entrepreneur. Cela a été l'expérience de la plupart. De cette manière, ce salaire pouvait aussi être investi dans leurs services ou entreprises. L'une des femmes interrogées explique même que sa seule motivation à reprendre un travail en tant qu'employé a été de pouvoir investir dans son projet (Participante N°5).

Toutefois, bien que l'entrepreneuriat puisse représenter un moyen de construire un patrimoine, il est à noter que l'argent ne peut pas être le premier objectif. Les débuts d'une activité sont en général tâtonnants et une des femmes dit d'ailleurs :

« [...] Quand tu te lances comme ça, le but c'est d'être la solution au problème d'une personne. [...] Quand tu te lances en tant qu'entrepreneur, il ne faut pas chercher l'argent. » (Participante N° 10)

c) Passion, croyance personnelle et capacités

Outre les raisons ci-dessus, sont très souvent cités les convictions personnelles ou le caractère passionnel de l'activité. Comme s'il s'agissait de quelque chose d'inné ou de naturel, le choix de se lancer dans un domaine particulier va de soi. Ayant une formation sur un domaine et une passion dans le même sens, plusieurs justifient leur choix par cela. C'est le cas de la participante N°3 entre autres qui travaille dans le tourisme culturel. Elle explique qu'elle a à son actif une formation dans le tourisme, mais il s'agit surtout d'une passion ! Pour certaines, il s'agit là d'une transmission du goût pour une activité particulière. Par exemple, l'une d'entre elles exerce dans le domaine du prêt-à-porter et des accessoires faits de pagnes. Elle explique l'évidence de ce choix pour elle. En effet, elle a toujours baigné dans ce milieu et cela fait donc partie intégrante de son identité.

« Les tissus... Je dirais que j'ai grandi dedans. Par exemple au pays, pendant les vacances, ma mère achetait des tissus pour nous, on allait chez le couturier et il nous

faisait nos tenues pour la rentrée. [...] Donc voilà, c'est une histoire qui va de soi. Même avec ma mère, il suffit de lui retrouver un bout de tissu et c'est reparti. »
(Participant N°8)

Pour d'autres, leur choix est basé sur une conviction de l'ordre du divin.

« [...] Ce cas-ci, c'est vraiment comme si Dieu m'avait dit : 'Voilà. Tu vas faire ça !'. Je me suis réveillé un matin, j'ai dit à mon mari : 'Je vais faire ça.' Comment est-ce arrivé ? Je ne saurais pas t'expliquer, mais je l'ai rêvé. » (Répondante N°20)

« [...] Moi, je ne peux pas parler de ma marque sans parler de ma foi parce que je suis chrétienne. Ça a simplement commencé par le fait d'avoir des rêves en fait. Depuis 2012, je rêvais de défiler de mode, de tissus, beaucoup de couleurs que je voyais. Et ce n'était pas un rêve, mais c'étaient plusieurs rêves ! Alors pour moi j'ai compris que c'était une manière de me diriger vers ce domaine-là... » (Participant N°15)

Une autre femme explique d'ailleurs qu'elle est persuadée qu'il y a quelqu'un là-haut qui avait semé cette vision en elle (Participant N°1).

Cette conviction peut surgir également dans un moment de questionnement intense.

« [...] Et puis à un moment en fait... Je m'écoute beaucoup intérieurement. Pour moi, c'est le Saint-Esprit. Je l'écoute et je sens comme s'il y a une flamme qui s'éteint. [...] Au fond de moi ce que je recherchais, c'était juste que le Saint-Esprit me dise ce que je dois faire. [...] . Et puis quelque chose me dit de retourner à mon premier amour. Et là je me rends compte que mon premier amour c'était l'image, c'était la mode le luxe et tous ces trucs. » (Participant N°13)

Et même le choix du lancement à un moment précis est perçu comme une coordination divine.

« [...] Je n'ai pas trouvé en interne donc ils m'ont dit bah écoute on te laisse partir. Et ça aussi je me suis dit que c'est un cadeau du ciel, c'est vraiment Dieu qui me dit bon maintenant là tu pars. Et on m'a dit ça le jour de mon anniversaire. Je me suis dit ça veut dire ce que ça veut dire. » (Participant N°20)

d) Besoin d'impacter

Enfin, un motif revient dans les interventions des femmes interrogées, celui d'impacter leur environnement, leur communauté ou la société.

« J'avais un très bon poste, j'étais en CDI, je gagnais très bien ma vie. Je travaillais [dans un domaine] qui m'intéressait. Donc ça il n'y avait pas de problème du tout. Mais je ne retrouvais pas l'impact que j'avais envie de donner au monde. » (Participante N°6)

À ce propos, certaines mettent en perspective la notoriété, l'argent et l'impact, expliquant que l'objectif d'impacter prime clairement les deux autres.

« Donc le premier but, ce n'est pas l'argent, mais vraiment d'aider. [...] Mon objectif à moi, c'est d'aider et de semer dans les femmes de demain. On peut se dire qu'il y a de l'argent à se faire... Mais il y aura toujours [de la concurrence] et tu ne seras pas vraiment t'identifier parce que ce sera focalisé sur l'argent. » (Participante N° 7)

« [...] On m'a déjà dit que ce serait pas mal de créer un concept qui se duplique sur les règles et réalités du pays. [...] Mais en fait, ce n'est pas mon objectif de base. Et moi ce qui m'importe c'est d'être proche des femmes et de leur réalité. Moi, je m'en fous d'avoir 5000 noms dans un fichier Excel. Ce qui importe, c'est d'en connaître 50 sur lesquelles j'ai un réel impact. » (Participante N°21)

B. Contexte familial et culturel

a) Cultures

Sur l'aspect de la culture, la majorité des femmes interrogées expliquent être porteuses d'une double culture. De fait, ayant grandi pendant plusieurs années dans le pays d'accueil, elles ont assimilé et intégré les codes communautaires, la langue et la culture de celui-ci. Toutefois, étant donné le contexte familial, la culture d'origine a pu leur être transmise.

« On a eu vraiment cette double culture. On a beaucoup été dans des fêtes et des associations comoriennes. En parallèle de ça, on a une réelle éducation française [...] avec des activités périscolaires... » (Participante N°6)

Toutefois, des nuances sont à apporter. Plusieurs des femmes interrogées expliquent qu'elles sont conscientes de ne pas avoir toute la profondeur de la culture du pays d'origine même si elles s'identifiaient majoritairement à la culture africaine. Certaines ont pu visiter le pays d'origine et se sont rendues compte des différences ainsi que de la culture européenne dont elles étaient porteuses.

« Moi perso, je pensais que j'étais plus congolaise qu'autre chose. Mais quand j'étais au Congo, j'ai vu que j'avais [aussi] ce côté aussi européen. C'est la raison pour laquelle j'ai une entreprise afropéenne. Je suis consciente [du fait que], tu peux aimer ton pays comme tu veux, mais si tu n'as pas vécu là-bas, tu ne peux pas [prétendre] que tu es de là-bas à 100%. Il y a des réalités que tu ne connais pas. Il y a une partie de la culture qu'on ne connaît pas... » (Participante N°13)

À ce propos, une des femmes interrogées, présentement dans son pays d'origine, le Congo, relate la même chose.

« La majorité de ma famille est congolaise. C'est vrai que j'ai de la famille [européenne], mais en soi nous avons été élevés dans la culture africaine. J'ai mis mes pieds pour la toute première au Congo en avril 2021. [...] Alors que je pensais avoir la culture congolaise, en venant à Kinshasa, je me suis rendu compte que j'avais beaucoup de la culture européenne. » (Participante N°7)

Pour expliquer ce phénomène de double culture, certaines utilisent le terme métissage, mais également le terme « afropéenne ».

« Je dirais que je suis afropéenne. J'ai découvert le mot récemment. Eh oui, je suis vraiment entre les deux cultures. Car je me rends compte aujourd'hui que quand tu vas en Afrique, on nous montre du doigt. » (Participante N°8)

Une seule admet être d'origine camerounaise, et être totalement française. Elle n'a pas grandi avec la culture camerounaise et lorsqu'elle est interrogée sur son origine, c'est de la France qu'elle parle :

« Nos parents nous ont élevés dans l'optique de « vous êtes française ». Et moi, je me considère [telle quelle]. J'ai appris que j'étais camerounaise à cause du racisme... On me demande si je viens d'où, je dis France, Paris... Dans ma famille, on est tous bilingue anglais français vu qu'au Cameroun on parle anglais également. J'ai appris

l'espagnol, l'allemand. Donc pour la culture, je considère avoir la culture européenne et je ne me sens pas africaine. C'est horrible de dire ça, mais j'ai des copines blanches qui sont plus africaines que moi. (...) » (Participant N°11)

Cependant, malgré ses propos expliquant qu'elle ne s'identifie pas à la culture africaine, elle emploie le terme afropéen également :

« Je dirai que je fais partie de la diaspora afropéenne. Je suis une Black qui est née et qui a été élevée en Europe. Je n'ai pas de liens directs avec l'Afrique parce que je n'ai plus de famille qui habite là-bas... Donc on mangeait [des plats] camerounais à Noël ou pour des occasions, mais c'est tout. (...) » (Participant N°11)

À ce sujet, une autre femme interrogée explique un phénomène intéressant qu'elle remarque et qui se positionne totalement à l'opposé des propos ci-dessus. Pour elle, l'identification totale au pays d'accueil est un problème et elle n'a pas de double identité :

« Moi je n'ai pas de problèmes de double identité, je me sens complètement africaine parce que je considère que ce n'est pas parce qu'on est né quelque part, qu'on est originaire de ce pays. Ce n'est pas parce que vous êtes à la banque que vous êtes banquier ... Il n'y a que les Africains qui sont des hybrides, raison pour laquelle l'Afrique est dans un état désastreux. Les gens méprisent leur culture parce qu'ils ne la connaissent pas. » (Participant N°12)

Toutefois, outre les cas d'identification partielle ou totale aux cultures, une exception est à noter. Une des femmes interrogées explique qu'elle ne s'identifiait à aucune des deux cultures dont elle est porteuse et a encore du mal présentement :

« Je ne m'identifiais ni à l'une ni à l'autre c'est ça qui est comique. C'est-à-dire que j'ai grandi plus avec ma maman qu'autre chose. Mon grand-père était très anti belge. Pendant la colonisation, a été plusieurs fois en prison, il a écrit des manifestes sur la conscience africaine... Donc toute sa logique a été évidemment de nous protéger du racisme, mais nous a un peu fait détester les Belges. Tout en vivant en Belgique et tout en étant probablement très proche de la culture belge, je ne m'y suis jamais identifiée. À l'âge de 8 ans, je connaissais déjà l'hymne nationale congolaise et j'ai dû attendre d'avoir 13 ans pour intégrer les guides et les scouts puis apprendre pour la première fois l'hymne belge. [...] J'étais dans cette logique de : je suis africaine ; mais en même

temps je fréquentais très peu d'Africains en Belgique. Ma mère également fréquentait très peu d'Africains. Elle n'était pas croyante et de ce fait n'allait pas à l'église, ce qui fait qu'on ne côtoyait pas tous ces Africains qui se rencontrent généralement dans des contextes religieux. [...] À chaque endroit où nous allions, nous étions les seuls noirs. Et on ne s'identifiait pas nécessairement aux Africains congolais, moins encore aux blancs. Donc en fait, je ne me suis identifiée à personne, ni à aucune culture comme telle. [...] Car il y a beaucoup d'idées qui me posent un problème, notamment le patriarcat. Je suis une femme plutôt dominante donc je ne me retrouvais pas dans les coutumes [...] Donc j'observe de loin, mais je ne m'identifiais pas... » (Participante N°18)

b) Mentalité et modèle d'entrepreneuriat féminin dans l'entourage

Sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin dans la diaspora africaine, la majorité des femmes interviewées expliquent que dans leur famille, il n'y a pas eu de mentalité soutenant que la femme doit se limiter à s'occuper de son foyer. À vrai dire, on peut noter souvent le côté entreprenant de leur mère, tante ou même grand-mère.

« Chez nous, il n'y a pas de ça... Moi j'ai ma grand-mère qui avait son étalage, son business chez elle. Elle avait son étalage devant sa porte. Puis c'est devenu une boutique, etc. Donc la femme au foyer, ça n'a pas existé chez nous. » (Participante N°8)

Certaines prennent pour exemples les femmes de leurs familles qui ont entrepris ou ont eu une place de leader comme des exemples.

« Ma grand-mère par exemple, qui est l'exemple de ma vie, était entrepreneure. Elle n'avait pas de patron, elle n'allait pas taper à la machine ... Ma grand-mère ne savait pas lire ni écrire, mais elle faisait son alcool, ses tontines et gérait son argent, money management. » (Participante N°21)

Ainsi l'obligation d'être une mère au foyer n'est pas la norme, puisque certaines reproduisent naturellement ce qu'elles ont vu auprès de leur mère.

« Je n'ai jamais été vraiment une femme au foyer. Je m'occupe de mes enfants comme un peu ma mère s'est occupée de nous. C'est-à-dire on a toujours été vite indépendant,

vite autonome. On nous laisse faire des erreurs, avoir des difficultés... » (Participant N°6)

Une femme interrogée explique que seule sa grand-mère a pu faire cette remarque à sa mère, mais elle-même n'a pas eu des réflexions de ce style. Elle vient d'une famille où sa maman se réveillait à 4 heures du matin pour travailler. Et sa grand-mère grondait sa mère, car pour elle, elle devait rester à la maison. Mais actuellement, dans sa famille directe, il n'y a pas cette mentalité-là (Participant N°4). Toutefois, il est important de noter que la gestion du foyer est honorable. Une des femmes explique d'ailleurs qu'elle aurait voulu être femme au foyer, mais c'est juste pour financer son projet qu'elle a dû travailler (Participant N°3). Et à l'échelle plus globale, certaines ont grandi dans un environnement poussant chacun à se développer indépendamment du sexe ou du genre. (Participant N°6)

C. Démarche entrepreneuriale

a) Réaction de l'entourage face au lancement

i. Peur et incompréhension

Malgré la mentalité sur la place de la femme au foyer devenue obsolète en général, les réactions à l'annonce du lancement des activités ont été diverses pour de multiples raisons.

Pour plusieurs, l'incompréhension a été grande. Surtout lorsqu'il s'agit de femmes quittant leur emploi stable pour l'entrepreneuriat.

« Mon entourage... Ils sont tous tombés dans les pommes. Ils ont dit : 'Non, mais attends, mais comment ça, tu quittes ton super poste ?'. [Ce n'était pas forcément le fait de perdre ce que je gagnais ou d'arrêter ce que je faisais qui les surprenaient, mais c'est surtout le fait de quitter une énorme boîte sur un projet national, perdre la notoriété et les honneurs qui vont avec en démissionnant pour ne devenir 'plus rien !' »
(Participant N°6)

Pour d'autres, le sentiment d'incompréhension est justifié du fait que la famille a dû se déplacer en Europe pour plus d'opportunités et de stabilité. Pour eux, il s'agirait là d'un sentiment de renoncement. C'est le cas de la participante N°1 qui explique que ses parents ont éprouvé des difficultés à comprendre que leur fille renonce à la stabilité pour le risque alors qu'eux ont dû

faire l'inverse. Mais à côté de cela, la famille n'a parfois pas conscience de l'importance de l'activité entrepreneuriale ainsi que la réponse à un réel besoin qu'elle représente.

Par ailleurs, cette même participante explique que pour son entourage, se diriger vers l'entrepreneuriat rimait à rabaisser son niveau. Ayant à son actif un diplôme et une expérience en entreprise, son choix fut incompris (Participante N°1) et c'est le cas de plusieurs entrepreneures qui ont décidé de se lancer dans un secteur peu connu, peu conventionnel ou encore à connotation particulière. Par cela, elles entendent le domaine esthétique, du sport et autres (Participantes N°5, N°9, N°12).

L'entourage de ces femmes entrepreneures occupe majoritairement un poste de salarié. Et pour beaucoup, le salariat représente à lui-même la stabilité et la sécurité. Une des femmes interrogées explique clairement que sa maman avait pour mentalité de chercher la sécurité premièrement.

« Ma mère elle est arrivée ici en disant : 'il faut aller vers là où on sait qu'on va toujours nous engager'. Et il y a une espèce de soumission si je puis dire aux institutions... Elle dit : 'il faut aller là où on peut toujours t'engager'. Mais en fait quelque part tu peux toujours t'engager toi-même. Il y a un changement de perspective qui a opéré [...] Mais avant ça, effectivement il y a le besoin de toujours se mettre à l'abri. » (Participante N°21)

Plusieurs relèvent que ce sont vraiment leurs mères qui se sont posé les questions sur leur projet. Une dit d'elle-même :

« [...] Ma mère au début avait du mal à comprendre. Ça a été presque un frein parce que j'ai eu du mal à sauter le pas. [...] C'était premièrement la peur et c'était aussi une question de stabilité de la part de ma mère. [Parce qu'elle se disait que je n'aurais plus un salaire fixe mensuellement et donc je serai instable financièrement ...] Elle me demande : 'Pourquoi tu ne continues pas à faire un master ? Pourquoi tu ne fais pas comme un tel ?' ... Enfin comme mes amis. Donc forcément elle me comparait aux autres et j'essayais de lui faire comprendre que c'était ce que je voulais. Puis petit à petit, elle a commencé à le comprendre. C'est parce qu'en fait de sa génération et de sa mentalité, être autoentrepreneur ce n'est pas quelque chose qui va porter du fruit. » (Participante N°14)

Ainsi, l'entourage ne comprend pas et peut en quelque sorte dissuader de la décision prise. Toutefois, cela est perçu non pas comme une volonté de 'nuire', mais plutôt une mise en garde due à la peur (Participante N°9). Ce sont des réflexions encourageant la remise en question afin d'être certain de son choix et de prévoir un plan B au cas où les choses ne se passeraient pas comme prévu.

Toutefois, cela n'a pas découragé les entrepreneures qui ont affirmé leur choix d'activité, mais ont parfois gardé une assurance sur le côté.

« Ma marraine a eu une discussion avec mon mari durant laquelle elle lui demandait de me raisonner, car mon choix était trop risqué. Elle a conseillé que je garde mon contrat d'employée, mais à mi-temps et que l'autre moitié du temps je développe mon activité ainsi si ça ne passait pas comme voulu au moins je pouvais retourner dans l'entreprise à temps plein. Mon mari lui a clairement dit que c'était une chose ou l'autre et là le choix était fait. À ce moment-là, on a vraiment senti que les personnes qui ne se sont jamais lancées en tant qu'indépendants, eux avaient cette peur-là et étaient très sceptiques. Mais les indépendants m'ont accueilli limite dans le club les bras ouverts. »
(Participante N° 19)

« Lorsque j'ai créé l'ASBL, c'était assez clair que je n'allais pas rester salarié encore très longtemps. Ce que j'aime aussi beaucoup avec ma mère, cette femme qui est très anxieuse et prudente. Elle m'a expliqué qu'on ne décide pas de partir sans plan, on ne va pas à l'aventure comme ça. Il y a toujours cette pensée de : 'Il faut se mettre à l'abri'. [...] Pour ma part, la sécurité 'ultime' et vraiment symbolique, c'est que je n'ai pas rompu mon contrat avec X. » (Participante N°21)

ii. Sentiment de fierté et soutien

Outre ces réactions plutôt négatives, on note des réactions encourageantes dans certaines circonstances.

Pour quelques femmes, le choix fut moins surprenant, car elles sont connues comme des personnes ne craignant pas le risque et uniques en leur genre dans leur famille ou entourage élargi. Ainsi leur prise de décision n'a pas étonné.

« [...] Déjà faut que je le dise. Dans mon entourage souvent, ils disent « ouais ça sent encore les originalités d’X ». X, c’est l’original tu vois. Grosso modo, c’est ça. »
(Participante N°21)

Outre cela, une des femmes interrogées explique qu’elle s’attendait à une réaction négative de sa mère, mais ce ne fut pas le cas :

« Quand j’ai raconté ça à ma mère, elle m’a directement dit que c’était génial, que je pouvais choisir mes clients, quand je voulais travailler, etc. En fait, c’est moi qui pensais qu’elle allait réagir d’une certaine manière, mais ce n’était pas le cas. Et aussi, ma mère n’était pas surprise, car elle me voit faire diverses choses. J’étais déjà atypique. Lorsque je lui ai annoncé et qu’elle a réagi positivement, [j’ai ressenti l’âme et l’enthousiasme d’une entrepreneure qui est déjà passée par là.] » (Participante N°19)

Par ailleurs, une des femmes explique qu’elle n’a pas rencontré de la peur de ses proches. Chez ses frères sœurs et parents, elle a surtout ressenti de la fierté de leur part de savoir qu’elle ouvrait « sa propre boîte ». (Participante N°4) Une autre explique également que malgré les appréhensions de départ, sa famille a finalement un sentiment de fierté et n’hésite pas à le lui dire (Participante N°9).

Et concrètement, plusieurs des femmes interrogées et qui participent à des salons ou autres événements de ce genre sont soutenues par leur famille qui n’hésite pas à passer, mais également consommer leur produit (Participante N°8, N°10 et N°18).

Il est à noter qu’une partie des femmes interrogées sont en activité complémentaires. De ce fait, les réactions de leur entourage n’ont pas été marquantes pour cette raison.

iii. Soutien de la belle famille européenne

À part les réactions ci-dessus, il est intéressant de noter que deux des femmes interrogées, qui sont mariées avec des Européens, partagent le soutien de leur belle famille en opposition avec les appréhensions de leur famille propre (Participante N°9 et N°11). Cela serait justifié par la méconnaissance de l’entrepreneuriat par leur famille propre. L’une d’entre elles explique :

« Au début, ma famille n’avait pas compris mon choix et a eu peur. [...] Mais du côté de mon partenaire, c’est autre chose parce que sa mère a compris tout de suite. Ma

famille ne s'est pas investie dans mon activité, car pour eux j'avais fait une erreur et il valait mieux que je reste salarié. » (Participante N°11).

b) Choix de la localisation

Pour toutes ces femmes porteuses d'une double culture, la question de la localisation ne va pas de soi. Pour la majorité d'entre elles, il était évident qu'il faille commencer là où elles sont actuellement. Quand la question de la localisation est posée l'une des participantes répond :

« Non, on ne se l'est pas posée. Pour l'instant, je vis en Belgique donc pour mieux gérer, il était évident de se lancer en Belgique pour avoir une base et faire les choses un peu plus légalement » (Participante N°15).

En revanche, plusieurs évoquent la volonté de retourner sur les terres d'origine pour contribuer au développement de leur pays. Pour la majorité, il s'agit là d'un fort attachement au pays d'origine (Participante N°15). Une d'entre elles définit les femmes entrepreneures issues de la diaspora africaine de la sorte :

« Nous avons le souci de relever notre continent ; ceci dit dans un premier temps, on entreprend ici, car on apprend. Mais pour beaucoup, l'objectif est de retourner au pays pour relever le continent économiquement, contribuer à l'éducation, créer de l'emploi afin de favoriser la croissance, politique, économique et éducative. » (Participante N°5)

À ce sujet, une participante met en exergue le fait qu'elle n'avait pas envisagé à se lancer dans son pays d'origine, mais ce sont de potentielles clientes qui se sont manifestées auprès d'elles. Elle affirme :

« [...] Le COVID a repoussé mon projet de base de retourner m'installer au Congo parce que, faut être honnête j'ai fait ma clientèle ici et je ne voulais pas repartir de zéro là-bas. Mais dans le courant du mois de mars de l'année passée [...] je suis partie à Kinshasa de toute urgence et les gens me reconnaissaient. Je ne m'attendais pas à ce que ça aille jusque là-bas. Et donc ça m'a permis de me remettre en question. Je me suis dit que je ne vais peut-être pas recommencer à zéro si je me lance là-bas vu que j'ai quand même énormément de personnes qui me suivent. Et ces personnes sont fières, parce qu'elles se disent que je suis une enfant du pays et que je partage ma passion. » (Participante N°9)

Une des femmes interrogées explique vouloir travailler dans un autre pays africain que son pays originaire en raison de l'absence de membre de famille dans celui-ci. Toutefois, dans un pays proche qu'elle cite, elle explique qu'elle envisage bien et possiblement en raison de son entourage issu principalement de ce pays et qu'elle a elle-même pu visiter (Participante N°10).

Toutefois, s'exporter dans un autre pays n'est pas chose facile et l'une des femmes interviewées explique qu'elle envisage de se lancer dans son pays d'origine, mais beaucoup plus tard en raison d'un essai raté.

« [...] C'est la foire là-bas. J'ai fait un test en été 2021. Je suis partie et j'avais pris des commandes en avance, etc. Et c'était triste de constater qu'une fois-là que, soit les gens n'ont plus l'argent pour payer, soit le prix ne les conviennent pas donc ils négocient le prix... Donc la mentalité n'est pas encore là. [...] On me faisait des retours comme quoi c'est cher. Mais à ce moment-là, je vendais à 50 \$ et vraiment pour le marché, ça allait. Pour moi, retourner au pays n'est pas dans l'ordre du jour. De plus, je connais une fille du Canada qui a commencé une activité au pays, mais c'est compliqué. Pour tout ce qui est taxes, ce n'est pas du tout pareil. Elles ne sont pas fixes et sont variées. Il y a même des taxes pour les personnes handicapées, etc. Donc vraiment, pour le moment ce n'est pas possible, mais peut-être plus tard, dans quelques années. » (Participante N°8)

À travers ses paroles, la différence de mentalité est relevée. Et cela peut être accentué selon les secteurs d'activités choisis selon les dires d'une participante. Elle explique :

« Dans ce contexte anglophone, très jeune, j'aimais la beauté, la mode, mais ma génération... Dans les milieux africains, c'était impensable de se lancer dans le secteur créatif. [...] Vos parents vous imposent des carrières... Vous avez des métiers 'respectables' donc c'était vraiment la motivation. En Afrique, quand on dit qu'on est esthéticienne, maquilleuse, coiffeuse... Ce sont des métiers qui cachent en fait des activités un peu illégales comme la prostitution par exemple ou les femmes entretenues. Donc c'était encore très mal vu il y a quelques années en arrière. Ça commence à changer, mais c'était encore très mal vu. Du coup, je pense que le choix du pays n'a pas forcément été un critère parce que commencer là où on ne connaît pas très bien ou que de manière vacancière, c'était risqué. » (Participante N°12)

Ainsi, il peut s'avérer que la réaction de l'entourage face au choix de se lancer dans un pays africain ne soit pas très encourageante. C'est le cas de la participante N° 2. Au début, quand

elle a expliqué qu'elle allait donc au Congo pour s'y installer et faire vraiment son activité là-bas, les gens la trouvaient bizarre. Elle dit qu'il y a beaucoup de préjugés sur le pays aussi (les gens, l'eau, l'électricité...). C'est vrai que les conditions ne sont pas pareilles qu'en Europe nous explique-t-elle. Mais finalement, étant donné le bon déroulement des choses, elle se permet plusieurs allers-retours entre la Belgique et le Congo, son pays d'origine où elle travaille également. Et son entourage comprend donc que son activité tourne bien et est fier d'elle. (Participante N°2)

Une autre femme interviewée qui a entrepris dans son pays d'accueil la France ainsi que son pays d'origine, les Comores a fait succès jusqu'à présent. (Participante N°6)

c) Défis

Les sections précédentes ont pu répondre à la question de qui sont les femmes entrepreneures issues de la diaspora africaine. Dans la section ci-dessous, nous nous concentrerons sur les défis, challenges ou autrement dit les difficultés que ces femmes rencontrent spécifiquement.

i. Mentalité « paternaliste » et sexisme intracommunautaire

Pour appuyer ceci, une des femmes interrogées explique que pour elle, dans son secteur, la difficulté n'est surtout pas d'être africaine, mais bien d'être femme.

« Je dirais plus le fait que je sois une femme parce que le fait que je sois africaine, ça ne change rien. Ça n'a rien changé. Mais le simple fait que je sois femme, je trouve que c'est ce qui est dur parce que dans la culture dans laquelle on est, la femme est censée être à la maison. La femme est censée moins travailler que l'homme. Et c'est l'homme qui est censé faire plus ses preuves que la femme. Je trouve cela un peu dur et j'essaie un peu de casser ça. [...] À l'avenir, mon mari et moi, on souhaiterait avoir un enfant. Et je sais que ce sera mon homme qui sera plus à la maison que moi. Et cette idée choque toujours un peu les gens parce que ce n'est pas à l'homme d'être à la maison dit-on. Je pense que c'est ça qu'il faut essayer de casser et montrer que la femme peut aussi entreprendre et travailler mieux qu'un homme, voir plus que l'homme. Ce n'est pas parce tu portes l'enfant que ça veut dire que c'est ton rôle de rester à la maison. Pour moi, c'est juste ça qui est vraiment le plus dur, se dire que je ne vais pas être une

femme au foyer et que je ne le serai jamais. J'aime travailler, j'aime le contact humain... » (Participante N°9)

Comme beaucoup de femmes dans le monde, les femmes issues de la diaspora africaine sont victimes de sexisme dans la société en général. C'est le cas de la participante N°21 qui explique en avoir été victime de longues années. Mais c'est également le cas au sein de la communauté africaine.

À ce propos, une des femmes interrogées qui n'a pas encore lancé ses activités dans son pays d'origine, mais dont ses frères y sont relate :

« Le challenge est d'être femme dans notre communauté malheureusement. Mes 2 frères sont en Afrique et ils m'ont dit : « Toi t'es une femme... Pour le moment, ne vient pas parce que le sexe, ça reste une monnaie pour certaines personnes... ». Et c'est une des raisons pour lesquelles je ne suis pas partie en Afrique parce que je suis conscient qu'en tant que femme, [on subit parfois des réactions déplacées] ... » (Participante N°13)

Ces propos mettent en avant le sexisme présent au sein de la communauté africaine en Afrique. Et cela peut être appuyé par une des participantes interviewées, présentement dans son pays d'origine, qui explique des situations similaires qu'elle a vécues.

« Ils ne sont juste pas habitués à voir une jeune femme aussi dynamique et très vite, on est catégorisé en fille facile. Donc juste parce que j'ai souri à des gens, j'ai parlé avec eux, des rumeurs ont commencé à circuler à mon sujet disant que j'allais dans des chambres d'hôtel, etc. Tout ceci m'a poussé à être moins ouverte. [...] Ce genre de rumeurs, c'est vraiment parce que tu es une femme et pas un homme. Et la raison pour laquelle ils ont tellement facile à s'attaquer aux femmes, c'est parce qu'ils se disent qu'on est des êtres faibles à leurs yeux. » (Participante N°7)

○ Manque de soutien des hommes africains

À échelle plus globale, indépendamment du lieu d'activité, il semblerait que l'homme africain peut représenter à lui-même un défi pour la femme africaine qui entreprend. De fait, une femme affirme directement ceci quand la question du défi spécifique est posée :

« C'est l'homme noir. J'ai rejoint un certain nombre de groupes et je peux dire qu'avec du recul, depuis 2009, les gens qui m'ont toujours aidé, fait avancer c'était où les femmes ou les hommes blancs. L'homme noir il arrive dans l'affaire pour se mettre en compétition. Et c'est malheureux. » (Participante N°12)

Étant la seule à notifié cela comme le défi principal, elle le justifie par le fait que les femmes ne se rendent pas compte et n'en sont même pas conscientes, car elles sont habituées à voir ce schéma. Elle dit :

« [...] C'est tellement normal parce qu'elles sont habituées à être les mères de leurs hommes. Mais quand on voit une femme blanche qui marie un homme blanc, et qu'elle est entrepreneure, soit il la quitte soit il la soutient. Et ce que je vois chez les Africaines, l'homme ne va pas vous soutenir, il est juste encombrant. Regardons nos mères, mes sœurs qui sont en Afrique dans les marchés avec les bébés pendant que l'homme est assis sous un baobab ou alors il récupère l'argent, il va draguer des petites... [...] Beaucoup d'hommes noirs n'ont pas le niveau pour gérer une femme noire qui a de l'ambition. Peu d'hommes noirs accepteraient que leur femme gagne plus ou soit plus assise qu'eux. Ça, c'est un problème. Moi je peux compter le nombre d'hommes noirs qui mettent des likes dans mes publications. On voit souvent le phénomène de sororité dans plusieurs communautés, car face à un problème commun, des personnes s'entraident, etc. Même si c'est souvent donnant donnant. [Selon moi,] nous sommes le seul peuple qui met en compétition l'homme et la femme. Je pourrais beaucoup parler du matriarcat africain. [...] Citez-moi une seule femme du monde des affaires, blanche, noire ou asiatique qui a réussi et qui a réussi aussi son mariage. À un moment donné, ils partent parce qu'ils se sentent castrés. Et je pense que c'est la plus grande difficulté de la femme africaine aujourd'hui. C'est qu'on n'a personne avec qui avancer à nos côtés. Avec l'homme blanc, je ne me suis jamais senti en compétition. (...) » (Participante N°12)

Toutefois, deux autres participantes relèvent ce phénomène de manque de soutien des hommes africains.

L'une d'elles travaillant dans le secteur du luxe afropéen explique :

« Par exemple, il y a 5 ans, j'ai expliqué un peu ce que je faisais lors d'un événement. Et à la fin j'ai un mec qui vient me voir et il me dit : 'Ouais tu es vraiment une belle femme... Vraiment très sûre de toi. Mais tu as l'air tellement difficile à gérer'. Euh OK.

Je me suis dit l'homme africain c'est quand même chaud. Et je vais te donner un autre exemple. J'ai eu un rendez-vous il y a 2 mois avec un homme ici qui fait des costumes sur mesure pour la communauté. Sa cible c'est aussi les afros. Le jour du rendez-vous, je suis venue en basket, vraiment tenue relax pour montrer que cela m'importait peu. Quand on est arrivé, l'homme en question est venu en trois pièces. [Je me suis dit que ça devait être sa collection, qu'il voulait me montrer, mais il n'avait pas besoin de se tirer à quatre épingles pour m'impressionner]. Je connais l'impact du vêtement et lui aussi donc ça donne déjà le ton. Porter un costume trois-pièces dans un endroit relax, c'est assez intrigant. Et un moment, j'étais partie. Et ma chargée de production qui était là m'a dit que dès que je suis partie, l'homme s'est relâché au niveau des épaules. Et quand je suis revenue, il s'est rétracté. Donc dans sa posture, dans la manière dont il se tient, il veut démontrer qu'il se gère en fait. » (Participante N°13)

Pour la participante N°12, ce phénomène prend source dans l'Afrique même et serait à nuancer selon le pays d'origine :

« De manière générale, [si] vous regardez les femmes d'Afrique de l'Ouest, les Maliennes, les Sénégalaises... Elles sont pourtant musulmanes. Elles sont plus commerçantes que les femmes d'Afrique centrale. La différence fondamentale c'est qu'en Afrique de l'Ouest, les hommes sont plus entrepreneurs que les hommes en Afrique centrale. Alors qu'elles ont beaucoup de défis, elles ont les excisions, elles ont le mariage précoce, elles ont la polygamie à gérer, elles ont l'islam qui ne permet pas la dette, le crédit, les intérêts sur la dette... Il y a beaucoup de pression et elles ont généralement beaucoup d'enfants. La femme d'Afrique centrale a infantilisé l'homme, il y a des femmes mariées à des hommes qui sont sapeurs et qui ne payent pas une facture. Il faut changer la mentalité de nos hommes et elle peut changer si les femmes changent l'homme africain d'Afrique centrale. Et on le voit dès qu'ils sont tout petits, ils sont traités comme des enfants rois. Les musulmans éduquent leurs petits garçons. Le petit garçon, on lui apprend qu'à 15 ans il faudra conduire ta mère faire les courses, c'est ta responsabilité. Quand tu sors avec ta mère, c'est toi qui la protèges... Dans l'Afrique centrale, ce n'est pas ça. La mère elle est toujours surchargée alors que le fils en train de draguer les filles dehors. On est pire que les Occidentaux... Je vous dis là le problème ce sont les hommes. Vous verrez dans vos entretiens, la plupart des femmes d'Afrique centrale qui sont entrepreneurs, elles sont séparées ou divorcées ou ça va arriver à un moment donné ou alors, le mari est lui-même entrepreneur, mais c'est tellement rare les entrepreneurs dans ces communautés. Les hommes d'Afrique centrale eux-mêmes n'ont

pas le mindset d'entrepreneur et du coup, une femme entrepreneure c'est un 'danger' pour eux. »

Et dans ce même sens, ce défi serait donc véritablement culturel également selon la participante N°17 :

« Je pense que... Là, je parle de la femme africaine qui est en couple ou qui est mariée... Le challenge peut venir de l'aspect culturel c'est-à-dire bien que nous vivions en Europe et que quand on peut avoir une forte d'ambition, je crois qu'il y a encore le poids de la culture ou la place de la femme africaine c'est dans son foyer à prendre soin de sa maison de ses enfants, etc. La femme peut travailler, mais je crois qu'il peut avoir conflit si par exemple on est avec un homme qui peut développer des complexes parce que c'est la femme qui entreprend, c'est la femme qui peut-être va rentrer plus tard le soir, c'est la femme qui va aller participer à des événements business, c'est peut-être la femme qui va ramener plus d'argent... Là ça peut être source de conflits. Et c'est là où le choix du conjoint est très important. »

Cependant, ce phénomène est bien évidemment à nuancer puisqu'il dépend de chaque personne. Plusieurs des femmes interrogées expliquent être mariées ou en relation. Et certaines d'entre elles qui sont avec une personne originaire de l'Afrique disent que leur compagnon les soutient.

La participante N°1, pour commencer, explique que son fiancé congolais l'a beaucoup soutenue dans sa démarche entrepreneuriale. Il a vu la combinaison des softs et hard skills³ qu'elle avait et l'a donc motivé à se lancer. Outre elle, la participante N°19 qui au début était hésitante à se lancer explique que c'est son mari qui l'a encouragé à sauter le pas étant donné qu'ils en avaient parlé longuement.

ii. Manque de soutien intracommunautaire

Un autre défi relevé par plusieurs des femmes est celui de la concurrence et du manque de soutien intracommunautaire en général.

³ Les hard skills ou compétences techniques font référence à des capacités spécifiques et mesurables liées aux connaissances techniques et professionnelles, tandis que les soft skills ou compétences comportementales couvrent des qualités personnelles et sociales telles que la communication, la résolution de problèmes et la gestion du temps (Cedefop, 2021).

Les autres personnes de la communauté sont parfois les personnes qui se montreront en opposition voir même dénigrantes face à l'activité ou même la personne porteuse de l'activité.

L'une des participantes interrogées explique que ces remarques ne venaient pas spécifiquement des personnes de sa génération, mais plutôt des personnes plus âgées. Et ces remarques ne sont pas adressées à elle en tant que tel, mais à l'activité. Elle dit :

« [...] Mais chez les personnes un peu plus âgées... Ma famille par exemple, c'est eux qui se sont un peu moqués en mode : 'Ça n'a pas de sens... Ça apporte quoi ? Ça n'a pas lieu...' » (Participante N°5)

Outre cette personne, une autre explique que selon le domaine, surtout s'il s'agit de vêtement fait de wax, les remarques peuvent revenir de multiples fois par les femmes plus âgées, rabaissant le travail qu'il y a derrière :

« Moi avec les vêtements, la production est faite en Afrique donc lorsque j'établis les prix, il faut prendre en considération tous les frais pour la création. Il faut savoir que la livraison, ça coûte super cher. Et qu'en Afrique y a principalement DHL avec des frais exorbitants. Lorsque les personnes regardent les prix, elles se disent oui, mais c'est cher. Et c'est vraiment de la communauté, des Congolais qui vont me dire : « moi je peux le faire... Mon couturier peut le faire... » Donc c'est plus dans ce à ce niveau-là qu'où je me suis dit que je dois absolument fournir la qualité. De cette manière et même si la personne ne croit pas où via le site Internet se dit que c'est cher, si on lui explique un peu l'histoire de la marque. Elle se dit « Ah OK, ça en vaut la peine ». Parce que faut savoir aussi que ces personnes-là qui critiquent, ce ne sont pas forcément des personnes qui sont dans l'entrepreneuriat. (Participante N°15)

À échelle plus générale, est noté le manque de soutien au sein de la communauté africaine.

« Mais ce que je peux dire c'est que l'Africain est méchant. En gros, j'ai une cliente qui est aussi indépendante et qui a une cliente qui est venue chez elle. Cette cliente lui a dit qu'elle voulait perdre du poids, etc. Elle m'a recommandé à elle. Et là, directement... « Ah non merci. Moi je n'ai pas envie d'aller chez une Congolaise ! ». Tu vois le peuple congolais on ne va jamais s'entraider et c'est horrible de devoir penser comme ça. J'ai été choquée. Et il y a une de mes potes qui m'a dit que ça arrivera encore énormément de fois parce que

quelquefois, entre nous, on se met nous-mêmes des bâtons dans les roues... » (Participant N°9)

Il semblerait que ce phénomène est plutôt générique, raison pour laquelle il faut être armé et conscient mentalement :

« Là où il y a souvent un peu de déception et c'est là où il faut s'armer et être très courageux, c'est lorsqu'on est entrepreneur très souvent, ce ne sont pas les gens qui nous connaissent qui vont être nos ambassadeurs. Ce n'est pas eux qui vont parler de nos services, ce n'est pas eux qui vont nous recommander chaleureusement, ce n'est pas forcément eux qui vont partager nos postes sur les réseaux sociaux. Il y a toujours quand même une petite part hein, mais je dis que la proportion elle est vraiment faible. Alors qu'on se dit, mais moi j'aurais fait ça pour l'autre ; il y a un peu cette petite désillusion. Quand je parle le soutien, ce n'est pas le soutien des paroles, mais vraiment le soutien dans les actes. Et il y a aussi ce phénomène de ce ne sont pas souvent les proches qui vont consommer, pas les proches qui vont nous encourager. Les gens vont venir vers nous parce qu'ils nous connaissent chouettes, mais c'est ceux qui vont être les plus pingres si je peux dire ça. Alors qu'à l'extérieur avec une personne qu'ils ne connaissent pas, ils prendraient le service et basta. Parce qu'on te connaît, c'est limite : « oui, mais justement, fais-moi un rabais parce qu'on se connaît ». Je ne les en veux pas parce que moi-même j'ai eu cette position à un moment de ma vie et c'est quand je suis entré dans l'entrepreneuriat et quand j'ai commencé à être dans cette logique de l'entrepreneur que j'ai compris qu'il faut encourager les gens en les rémunérant à leur juste valeur. C'est très décourageant d'aller négocier des prix. Dans ce cas, il serait préférable alors que l'entrepreneur lui-même prenne l'initiative et dise « Ah, mais non toi justement, parce que c'est toi je te fais un prix », OK, mais que ça soit le client qui le demande, c'est déplacé. Du coup moi c'est une posture vraiment que j'ai adoptée et quand j'ai des amis qui sont entrepreneurs même quand ils veulent m'offrir ou m'offrir des cadeaux, je dis non, je vais payer parce que c'est reconnaître la valeur de ce qu'il propose. Et ça c'est quelque chose qu'on ne peut comprendre que lorsqu'on est dans l'entrepreneuriat. » (Participant N°17)

Toutefois, comme cette participante explique dans ses paroles ainsi que la participante N°15, ce phénomène pour certaines personnes est dû au fait que ces dernières sont ignorantes de tout le travail qui se cache derrière le produit, l'entrepreneuriat, etc.

Outre ce problème de soutien intercommunautaire, l'aspect de la concurrence intervient et surtout pour les femmes africaines. Une participante qui a expliqué le manque de soutien par les femmes explique ce qui suit lorsqu'on lui demande si c'est spécifique aux femmes ou aux femmes africaines :

« Je dirais les femmes africaines parce que c'est vrai qu'il y a pratiquement que ça autour de moi. Et j'ai l'impression qu'en fait en France une personne qui a énormément d'expérience et de clientèle ne va pas encourager quelqu'un d'autre. Dans le maquillage j'ai l'impression que c'est difficile pour elle de faire ce pas-là. Pourtant il y a de la place pour tout le monde. Ma lumière ne va jamais éteindre la tienne. On a tous cette étoile-là et ce n'est pas parce que tu m'encourages que tous tes clients vont venir chez moi. C'est quelque chose que je reproche beaucoup, mais je constate que c'est de moins en moins fréquent aujourd'hui. Mais c'est vrai qu'auparavant tu venais de te lancer, elle était livrée à soi-même. Il n'y avait pas forcément d'autres personnes dans le monde du make up qui vont également te propulser. » (Participante N°14)

À échelle plus générale, une des femmes interrogées explique que le défi de la communauté est vraiment de travailler ensemble. Elle explique cela de cette manière :

« Et quel est notre plus gros challenge ? Moi à mon avis c'est qu'on travaille ensemble ! C'est encore difficile. On doit déjà faire nos preuves dans notre écosystème à nous, avec les gens de notre entourage. Et c'est compliqué de se dire qu'on doit aussi chercher à travailler ensemble. Chacun a envie de faire son propre truc plutôt que travailler ensemble. C'est pour ça que moi j'ai un hashtag qui est « ensemble invincible ». Et à chaque fois qu'on me sollicite, même si je suis maman, même si je suis salariée, même si je suis entrepreneur, je cherche à trouver des moments pour pouvoir partager. Montrer qu'on peut le faire et y arriver ensemble. » (Participante N°7)

iii. Racisme

Il est impossible de parler de la communauté africaine sans parler du racisme. À ce sujet, la plupart des femmes interrogées emploient souvent le terme « noir » spontanément, lorsqu'on parle de l'Afrique. Ainsi la couleur de peau apparaît comme une variable indissociable de l'identité africaine pour plusieurs. Certaines n'avaient pas envisagé la couleur de peau comme

un sujet de discrimination jusqu'à un certain stade ou un certain moment de leur vie. L'une des femmes explique qu'elle a réellement expérimenté le racisme, qu'en Belgique :

« Clairement... Moi j'ai appris le racisme en Belgique. J'ai été très choqué du racisme à Bruxelles. C'est une ville hyper cosmopolite, mais je n'avais jamais été aussi choquée de ma vie. Au début je me suis dit que c'est moi, mais en fait en discutant avec des personnes belges d'origine africaine, on se rendait compte que non ce n'est pas moi. [...] Moi je suis allée au musée de l'Afrique et c'était la deuxième version. Et je me suis demandé qu'est-ce que pouvait être la première parce que la deuxième version c'est déjà très grave. [...] Alors que je créais ma boîte, je voulais quand même me trouver un autre un boulot au niveau exécutif là où je suis à mi-temps. J'ai postulé plusieurs fois. On me disait le profil matche pour un de nos clients et tout. Et dès qu'ils voyaient la photo, ça n'allait pas. Ça s'est passé plusieurs fois. Et en fait j'ai demandé à plusieurs recruteurs de me dire la vérité et ils m'ont dit que la Belgique n'est pas ouverte à ce niveau-là. En créant ma boîte, je m'en suis aussi rendu compte... Parce qu'en fait moi j'ai créé ma boîte un peu avant le COVID et donc moi j'avais toute une partie qui se fait au téléphone avant d'aller signer le contrat. Et au téléphone ça se passait très bien et quand j'arriverai, ça n'allait plus. Au début, ma photo n'était pas disponible donc il y avait des surprises on va dire. (Participant N°11)

Pour combattre ce phénomène, cette femme et son partenaire ont adopté une stratégie : celle d'arrêter de la mettre trop en avant, mais plutôt son partenaire qui est un homme blanc dans toute la phase de mise en contact avec les clients, etc. (Participant N°11).

Lorsqu'on parle de racisme, il est important de noter que les participantes différencient le racisme conscient et le racisme inconscient, autrement dit : « l'ignorance et la c*nnerie » (Participant N°11).

Finalement, il semble que l'intersectionnalité entre le fait d'être une femme et d'être noire représente un défi de taille qui peut s'accroître selon le domaine d'activité choisi. C'est le cas de la participante N°6 qui dit :

« Dans mon domaine hein... Le management, la direction de grosses organisations... Il n'y a que des hommes qui y travaillent en France et plus précisément des blancs. Moi quand j'arrive, les gens disent : 'Ah c'est peut-être la femme de ménage ou peut-être quelqu'un qui accompagne l'équipe ... '. Ils ne s'attendent pas à moi. En plus [nom de famille], ça sonne

un peu asiatique. Ils ne s'attendent pas à une Black. Encore moins une black qui va lâcher ses cheveux, s'habiller à la cool. Je ne suis pas forcément dans les codes. Donc je fais 3 fois plus attention à mon PowerPoint, à ce que je vais dire, à ce que je vais faire et comment je vais le faire. Alors je reste moi-même dans mes valeurs. Je reste moi-même pour être à l'aise dans mon pitch. [...] J'ai souvent des responsables d'équipes qui vont remettre en cause ou qui ne vont pas forcément faire ce qui est demandé parce qu'ils se disent que, je suis une femme, je suis Black et que peut-être je n'ai pas plus de savoir qu'eux. Mais j'arrive à poser le cadre, à utiliser les différents types de management en fonction de la personne et de l'écosystème dans lequel je suis. Donc oui il faut faire ses preuves et oui j'ai rencontré des clichés, des préjugés. J'ai la moitié qui disparaît, mais en fait en général, ce sont plutôt des préjugés inconscients depuis que j'occupe un poste à responsabilités. » (Participante N°6).

○ Importance de l'excellence et de la qualité

Face à ce mode de pensée des clients qui sont remplis de préjugés et stéréotypes, une des stratégies est d'offrir un travail très qualitatif comme la participante N°6 qui dit faire très attention à son contenu.

Ces préjugés peuvent être le résultat du travail non professionnel des prédécesseurs dans le domaine ou dans la communauté africaine. Pour justifier cela, une des femmes explique :

« Pour moi, ce à quoi, il faut vraiment faire attention, c'est le service à la clientèle. Parce que les Africains, on n'a pas une image professionnelle à tout point de vue. Par exemple dans la tenue des locaux, le service client, la communication... On n'est vraiment pas connu pour être des professionnels par rapport à ça. Quand une femme africaine se lance, elle doit vraiment viser l'excellence et être professionnelle dans son travail. » (Participante N°5)

Toutefois, à ce sujet, trois des participantes expliquent qu'elle ne voit pas le racisme comme une barrière en tant que telle bien qu'il existe. Une fois que le travail fourni est très qualitatif, les personnes sont obligées de reconnaître le travail bien fait. (Participante N°2, N°4 et N°19)

Pour appuyer cela, une d'elles dit qu'il est important de ne pas mettre en avant son identité de femme africaine en premier lieu dans le milieu professionnel, mais d'abord ses compétences :

« De par ma façon de penser, je ne me suis jamais vu comme une femme africaine dans le milieu du travail. Je travaille de manière compétente et à cause de cela je mérite d'être là où je suis. Lorsqu'on met en avant nos compétences et non notre personne, même les collaborateurs ne font plus attention à nos origines. Très souvent les gens sont émerveillés par notre travail et éprouvent un plaisir à travailler avec nous tellement on est compétent et maîtrisons notre domaine. Ceci impose encore plus de respect pour les Africains et évite de rentrer dans le piège de la victimisation... Parfois indirectement, on se sent inférieur aux autres et c'est là qu'on se projette cette image de la femme africaine peu sûre d'elle en se posant des questions telles que : 'Est-ce que je mérite ma place ici ? '. Pour moi, il est primordial de dissocier mon origine de ma profession. Je travaille dans une entreprise en Allemagne dans la comptabilité. Dans ce secteur il est très rare de trouver des noirs et le chef qui était un ancien colon m'a dit un jour : 'Congo... tu comprends la langue ? '. Je lui ai répondu : 'Monsieur avec tout le respect que je vous dois, j'ai obtenu mon bac, aujourd'hui je suis arrivée ici et je crois quand même que j'ai assez de compétences pour comprendre tout ça '. En voyant mes résultats, il n'a plus parlé. La vérité est que parfois les gens arrivent lors des entretiens d'embauches en ayant une forte opinion d'eux-mêmes et quand on en arrive aux compétences, ils ne sont pas à la hauteur et cela créer un doute sur ce point. » (Participante N°19)

Au travers des différentes interventions, le caractère raciste est mis en avant, mais également à nuancer selon la perspective de chacune, tant cela peut être contourné dépendant l'excellence du service ou du produit qui est mis en avant.

- Importance de réseau entrepreneuriat féminin africain et/ ou noir

Une autre stratégie pour combattre ce croisement entre racisme et sexisme est la mise en place de réseau spécifiquement pour des femmes. La participante N°21 qui est la fondatrice d'un réseau de ce type explique qu'être en afro mixité permet d'éviter un bon nombre de microagressions. À ce sujet, elle explique bien que personne ne choisit être victime du racisme, mais plutôt la société dans laquelle on vit (Participante N°21). Ainsi, ce sujet est important pour elle et elle approfondit en disant :

« Donc parfois on me dit : comment tu décides qui l'est et qui ne l'est pas. À cette question, je réponds que ce n'est pas moi qui décide. C'est à qui est-ce qu'on a déjà

dit : ouais retourne en Afrique, ouais ta banane, Jackson five pour les cheveux... Et pareil pour ceux qui ont vécu la négrophobie [...] Discriminer ce n'est pas que dire sale noir. C'est le manque d'opportunités, le manque de visibilité, le manque de réseau, le manque d'information, d'accès à l'information. Il y a une étude⁴ qui s'appelle la couleur du risque qui parle des freins à l'entrepreneuriat chez la personne afrodescendante. Et il y a un des chapitres qui s'appelle la couleur du héros. [Cela répond à la question de :] Quelle est la couleur des personnes à laquelle on pense quand on visualise un entrepreneur ? Et j'ajouterai quel est le genre du héros ? Les femmes elles ont moins de réseaux, moins de visibilité, moins d'opportunités. Et c'est important de pallier ces soucis-là aussi. » (Participant N°21)

Ainsi à travers son activité, elle met en place plusieurs formations dans le but d'aider ces femmes qui rencontrent plusieurs défis dans leur carrière entrepreneuriale, certains d'entre eux étant cités dans ce mémoire.

Une des participantes, qui a intégré un réseau de ce type explique le bien que ça lui a fait face au racisme qu'elle vivait :

« Moi je n'avais jamais été dans un Network d'entrepreneurs Black pour être honnête. Et cela ne m'avait même pas traversé l'esprit. Je ne voulais pas être communautaire. Mais c'est bizarre... Quand j'étais avec des blancs, là je ne voyais pas l'aspect communautaire. Donc c'est vrai que ce sont des [croyances] qui sont ancrées depuis l'enfance. Et donc moi j'en ai découvert un [réseau]... Enfin c'est plutôt le Network qui m'a découvert. J'y suis allée et en fait, le bien que ça m'a fait de parler avec des personnes qui comprennent !» (Participant N°11)

iv. Communauté cible

Comme autre défi, à la différence de la participante N°11 qui met en avant que plusieurs prospects ne voulaient pas travailler avec elle vraiment parce qu'elle était noire, une autre participante met en avant un autre aspect, celui de la communauté ciblée.

⁴ Demart S. & Rober, M. (2017, novembre). La couleur du risque Jeunes afro-descendant·e·s et entrepreneuriat. Bepax. Consulté le 14 juin 2023, à l'adresse <https://www.bepax.org/files/files/OUTILS/bepax-etude-afro-descendants.pdf>

Selon l'activité choisie, un public est ciblé ou devient de lui-même la cible. Dans certaines circonstances, cela est pour le plaisir de l'entrepreneur, mais dans certains cas, non et cela nécessite donc plus d'effort pour se démarquer.

L'une des femmes interrogées explique qu'en début d'activité, elle a fait le choix de ne pas se montrer publiquement sur les réseaux sociaux. Elle explique qu'en raison de sa couleur de peau et donc de son origine africaine, certains clients se retenaient de l'approcher, car ceux-ci pensaient que sa cible était la communauté africaine exclusivement. Et voulant offrir ses services à toutes les cultures, elle a fait donc le choix de ne pas se montrer. Et n'ayant pas d'accent ou autre, elle est arrivée à avoir des clients d'autres cultures. Et ces mêmes personnes ont parfois fait la remarque : « Ha ! Vous êtes noir ». Mais aujourd'hui, elle a su surpasser ce défi. Elle a su assumer sa nationalité et arrêter de se cacher. Elle travaille donc avec tout le monde. Toutefois, elle met en exergue le fait que c'est un défi qu'elle a rencontré parce qu'elle voulait viser tout le monde. Elle dit qu'elle a des consœurs qui préfèrent rester dans la communauté africaine et donc elles n'ont pas ce challenge-là. (Participant N°2)

v. Visibilité

Dans le même ordre d'idées, plusieurs des femmes interrogées relèvent comme challenge le manque de visibilité nécessitant plus de travail. (Participant N°20, 21) Cela peut être dû au type de produits vendus. De fait, l'une des femmes interrogées qui exerce dans la décoration et le linge afropéen, explique qu'avant même de se lancer, elle savait qu'elle allait devoir faire plus d'effort pour être vu par le marché blanc ou Européen par exemple :

« Je pense qu'en étant une femme, il faut faire un peu plus que les hommes en termes de visibilité. Et on se met plus de pressions parce qu'en général le mec, il a une idée, il fonce. Nous, on va penser 10 fois à est-ce que c'est correct, est-ce que j'ai fait ceci bien... Et puis tu rajoutes le côté noir en termes de possibilité, ce qui complique encore plus les choses. Donc, je ne l'ai pas forcément au ressenti, mais je savais déjà que je devais faire des marchés où il n'y avait que des Européens pour être plus visible par exemple. [...] Il faut essayer d'aller là on ne t'attend pas pour essayer justement de pallier le problème de visibilité. » (Participant N°20)

Toutefois, il semblerait que cela soit un problème général, et systémique pour ces femmes noires selon la participante N°21.

Cependant, pour certaines personnes, c'est là que le réseau intervient, à l'opposé d'autres qui soulignent le manque de soutien dans la communauté africaine. C'est le cas de la participante N°14 qui explique :

« Alors je dirais que le plus gros challenge pour moi ça a été de faire ma place sur le marché de la beauté. C'est vrai qu'il y a énormément d'autres femmes africaines qui se lancent dans l'entrepreneuriat. Et ce que j'ai trouvé difficile, c'est d'avoir du soutien d'autres femmes autour de moi. [...] Tu as des personnes qui vont partager ton activité, mais je cherchais plus que ça. [...] Plus tard, grâce à mon réseau je n'ai pas forcément eu de difficulté à accéder à plusieurs choses. Par exemple, j'avais pu participer au tournage du clip de Dadjou à cause de mon réseau. » (Participante N°14)

vi. Manque de représentation

Ci-dessus a été repris le manque de visibilité et dans le même ordre d'idée, est repris le manque de représentation aux événements et autres.

Ces femmes qui s'entourent généralement d'autres femmes entrepreneures africaines ont dans leur entourage des rôles modèles, mais à l'échelle plus globale, elles notent un manque de représentation.

« Alors moi dans mon écosystème oui parce que je travaille beaucoup avec des femmes qui me ressemblent. Je les mets en avant dans toutes mes activités. Je partage beaucoup. Je suis vice-présidente d'une association de femmes entrepreneures de 5 pays différents. Je baigne dans cet écosystème-là. Je vais dire que oui elles sont représentées parce que je les vois de partout et parce que je cherche à les voir. Mais quand on voit des sommets des grands sommets, quand on voit des grosses organisations, qui sont faites, je dirais que non. On n'est pas assez pourtant on existe, on est beaucoup ! » (Participante N°6)

« Elles seront représentées au sein des réseaux pour les femmes noires, africaines, etc. Mais si on prend en général, elles ne sont pas forcément très représentées. Lorsqu'il y a des discussions sur l'entrepreneuriat au féminin, il n'y a jamais de femmes africaines, parfois celles de l'Afrique du Nord sont présentes et c'est tout. En fait, les femmes noires, les femmes africaines n'existaient pas. Donc oui maintenant il y a des réseaux

qui essaient de leur donner de la visibilité. Et on en voit plus sur LinkedIn. »
(Participante N°11)

Pendant leurs études également, certaines expliquent qu'elles n'ont pas eu la chance de rencontrer des femmes entrepreneures africaines (Participante N°2).

Une des participantes explique un événement problématique auquel elle a participé qui mettait en avant la diversité, mais pendant lequel aucune femme entrepreneure de l'Afrique noire ne fut présente :

« Un exemple que je peux donner avec une structure qui faisait un panel autour de la représentation dans l'entrepreneuriat féminin. J'avais une structure flamande qui était très multiculturelle avec Bruxellois très orienté Maghreb. Et j'ai dit : « En fait, vous n'avez personne qui est noire quoi ! Vous me connaissez. Il y a une plateforme actuellement qui est vraiment de fonction sur ce terrain-là. Vous avez un ministre en plus ». Et je leur dis : « Ça aussi, c'est du racisme. [...] Pour vous, il s'agit juste de la diversité, mais vous n'êtes pas dans la démarche inclusive. Les enjeux que les femmes noires rencontrent dans leur parcours entrepreneurial ce ne sont pas les mêmes enjeux que les femmes maghrébines. Le racisme c'est ça aussi empêcher certains groupes d'avoir accès à des opportunités et là c'est ce que vous avez fait. » (Participante n°21)

Pour combler cette lacune, plusieurs expliquent prendre les choses en mains à leur niveau pour mettre en avant les femmes africaines qui entreprennent. La participante N°4 l'a notamment évoqué et la participante N°6 explique :

« Moi je suis chef de projet d'un Ted X, je coorganise un Ted X sur Paris fin 2023. Je peux te dire qu'il y aura des femmes noires, précisément trois. En fait, il faut que les gens comprennent que si vous ne faites pas avec nous, on va faire des trucs et on va se mettre dedans. Donc l'idée c'est vraiment de mettre en avant ces femmes. »

Toutefois, le sujet de la représentation peut être sujet à discussion. Premièrement, car certaines personnes ne ressentent pas le besoin de s'identifier à une autre personne. C'est le cas de la participante N°12 qui explique :

« Ce qui me dérange avec la représentation c'est qu'on prend systématiquement pour exemple des Américains. Moi ça m'embête qu'on parle d'Oprah alors qu'elle s'en fout. Elle a des origines africaines certes, mais elle n'a jamais vécu, elle en est très loin. Son principal

public ce sont les euro-Américains et les personnes qui ont investi dans tous ces projets, et c'était principalement les hommes américains. Donc c'est un rôle modèle dans quel sens ? Dans le sens où c'était la première dans un contexte américain ? Moi je n'ai pas besoin d'être représentée pour pouvoir me projeter. En fait, je ne comprends pas cette mentalité d'avoir toujours besoin d'un rôle modèle. Ça rejoint tout le paternalisme qu'on a hérité du système. On a besoin de personnifier un Dieu et de personnifier ces héros par le biais des prophètes ce qui n'a rien à voir avec nos traditions mythologique ou religieuse. »

Pour d'autres, il n'y a pas besoin de s'adresser spécifiquement à une communauté, un genre ou autre lorsqu'on parle d'entrepreneuriat. On peut s'adresser à tout le monde.

« Alors moi, je suis un peu mal à l'aise. Je ne suis pas toujours d'accord avec ça. Sur les réseaux ou autres plateformes, on voit des coachs qui ne s'adressent qu'aux femmes... Je ne suis pas d'accord, mais chacun son point de vue. Je ne condamne pas, je ne juge pas. Elles ont sûrement leur raison. Comme on dit chacun a sa vision, sa mission de vie. Mais pour moi, tout le monde peut s'adresser à tout le monde aussi bien aux hommes qu'aux femmes. » (Participante N°16)

Enfin, la participante N°6 explique aussi le problème de mettre en avant des personnes maintenant alors que d'autres ont pu faire des choses avant. Elle a été invitée dans un panel et a ainsi été mise en avant. Elle en est reconnaissante, mais son sentiment reste mitigé :

« [...] J'ai été contactée pour être ambassadrice d'un phare de l'entrepreneuriat à Marseille. C'est un gros événement qui existe depuis 25 ans à Marseille et qui rassemble tous les entrepreneurs. C'est nouveau une tête comme la mienne. J'étais contente, mais je me suis dit : « Il était temps ! ». Donc ce genre d'action, ça commence à venir. Ça fait un peu superwoman et ça m'embête parce qu'il y en a plein qui font des choses incroyables depuis bien longtemps. Donc cette casquette de dire bon « Ben c'est toi qu'on met avant... Tu es super... Tu es géniale... Tu es la meilleure... », ça m'embête. Mais je n'hésite pas à participer pour qu'on soit quand même représenté. Et mon truc c'est de développer des espaces dans lesquels on va être représenté, mais à des hauts niveaux. » (Participante N°6)

Toutefois à leur échelle, plusieurs femmes impactent les femmes de leur entourage africain, consciemment ou non. Cela permet ainsi plus de représentation à leur niveau. Et plusieurs des

femmes interrogées expliquent que des sœurs, mères ou amies se sont lancées un peu plus tard qu'elles en expliquant que les voir se lancer, les à motiver aussi.

« Dans mon entourage, je n'avais pas d'entrepreneur, mais ma sœur s'est lancée cette année en me voyant. L'année dernière elle a ouvert un restaurant et là cette année elle lance un espace de massage. Elle me dit : « Je t'entends parler d'entrepreneuriat, de leadership, de management depuis. Et plus je t'écoute, plus je me dis qu'il faut que j'arrête de travailler pour les gens. J'ai toutes les compétences qu'il faut, j'ai le budget, j'ai tout ! ». Donc elle s'est lancée l'année dernière avec son restaurant à la réunion, il fonctionne très bien. Et là, elle se lance dans une deuxième aventure avec d'autres personnes. Et je trouve ça top ! Parce que c'est pour ça que j'ai commencé vraiment à écrire, à partager sur les réseaux sociaux. Je me suis rendu compte de l'impact que ça a chez les autres. » (Participante N°6)

vii. Manque de connaissance et problème de gestion

Enfin, un dernier défi qui peut être identifié est le manque de connaissance. De fait, plusieurs relatent que les femmes entrepreneures de la diaspora n'ont pas connaissance des différentes ressources mises en place pour les aider ou ne sont pas éduquées à l'entrepreneuriat (Participante N°5). Étant généralement autodidactes, elles apprennent sur le tas et manquent d'obtenir l'aide à laquelle elles ont droit (Participante N°11).

À titre d'exemple, la participante N°2 explique que l'organisme qui aide les jeunes et qui octroie un numéro de TVA pendant un an, elle l'a connu après s'être lancée.

d) Point sur la Belgique

En ce qui concerne la situation en Belgique, plusieurs points intéressants sont à relever selon les expériences des femmes interrogées.

Pour certaines des femmes, le choix de se lancer en statut d'indépendant complémentaire est justifié du fait que les taxes sont « énormes » en Belgique. Pour cette raison, elles ne prennent pas le risque d'être en indépendant complet (Participante N°8). Toutefois, ces femmes relèvent le fait qu'en Belgique, une série d'aide est mise en place pour se lancer, ce qui est génial selon une participante qui l'exprime en ces mots :

« C'est ainsi que je crée ma boîte avec un partenaire en Belgique. Pourquoi en Belgique ? Même si on paye des impôts tout de suite, il y a une façon de se faire aider 'gratos' que je n'ai jamais vue ailleurs. Je cite la Belgique, mais plus particulièrement Bruxelles, car j'y ai fait mon expérience. Dès qu'on a trouvé son chemin, il y a un écosystème qui est assez incroyable. (...) » (Participante N°11)

Cependant, une autre femme explique que la Belgique, à certains niveaux, permet de jouir d'un niveau de vie très confortable. Cela peut donc décourager les futurs entrepreneurs et les pousser à renoncer à l'idée de se mettre à leur propre compte.

« Le problème en Belgique, c'est qu'on te donne tellement un bon cadre, avec plein d'avantages tels, la voiture de société pour ne citer que cela. [On croirait que tout est fait pour dissuader les gens de se mettre à leur propre compte] d'une manière. » (Participante N°19)

Ce statut d'indépendant complémentaire permet de tester son activité et voir sa rentabilité en étant aidé. Dans le cas où l'activité ne fonctionne pas, la possibilité d'arrêter et recommencer après sous une autre forme est donnée (Participante N°15)

Par rapport au lancement toutefois, certains problèmes sont relevés. L'un d'eux est l'accès à la gestion. Et pour une des femmes, ceci démontre le fait que l'entrepreneuriat n'est pas répandu. Elle explique :

*« On te dit que quand tu as fait un bachelier, tu as l'accès à la gestion. Mais excuse-moi c'est du bull sh*t. Ok, tu as accès à la gestion. Mais on n'a rien appris concernant cette gestion ! Donc j'étais un peu perdue par rapport à ça. Heureusement que j'avais mon beau-père, qui est tout le temps-là pour m'aider. Et j'ai tout de même décidé de prendre une formation de gestion parce que c'était ridicule, je n'avais pas les connaissances nécessaires. Et je me suis rendu compte qu'il y a plein de choses que je ne connaissais pas dans le monde de l'indépendance et c'est ça qui montre encore à quel point, en Belgique, ce n'est pas quelque chose qui est vraiment mis en avant. » (Participante N°9)*

Outre cela, une des femmes interrogées explique que l'un des problèmes en Belgique est la mise en avant d'un certain type de profil, celui des intellectuels entre guillemets. Cela peut créer des frustrations pour certaines personnes. Cette femme qui est partie lancer ses activités en Angleterre, explique le contraste véritable :

« En Angleterre, il faut faire ses preuves, ce n'est pas comme en Belgique. J'étais beaucoup challengé parce qu'en Belgique, quand on demande de faire des preuves, c'est sur base des clauses qui selon eux ont de la valeur. Et personnellement, cela m'a beaucoup cassé mentalement parce que je ne suis pas une personne très scolaire. Et même si j'ai fini en marketing, je ne suis pas une personne très scolaire, studieuse ou je sais quoi. Il y a différents types d'entrepreneurs. Il y a les gens qui ont juste une vision et Steve Job c'est l'exemple parfait. C'est quelqu'un qui avait juste une vision et ne savait pas comment faire les choses. La réalité est telle que : tout seul il ne pouvait rien faire, mais il engageait toujours les meilleurs profils dans l'expertise recherché. Moi je me positionne un peu comme Steve Jobs. Je me suis formé dans plusieurs domaines, mais je ne suis pas experte dans ceux-ci. Pour pallier cela, j'engage des experts, car c'est indispensable dans le cadre de mon activité dans le domaine du luxe. » (Participante N°13)

De plus, pour certains secteurs, la Belgique est encore fermée. C'est le cas du domaine du luxe. Cette même participante qui s'est lancée en Angleterre dans le secteur du luxe explique :

« Le secteur du luxe est difficile d'accès en Belgique. Tu vas chez Gucci, les gens vont te regarder en mode qu'est-ce que tu fais là. Et donc à Londres, c'est un tout autre monde, un nouvel apprentissage. Des gens qui dépensent des 20 000 € comme ça. Je vois des choses que je n'ai jamais vues. Et tout ça, ça casse les mentalités dans lesquelles on a grandi en Belgique et dans le milieu congolais. » (Participante N°13)

Dans ce même élan, une autre femme explique que l'aspect du réseau a différents aspects en Belgique. Étant donné que le pays est assez petit, le réseautage peut se faire assez rapidement (Participante N°13).

Premièrement, la Belgique est un petit pays, mais avec différentes communautés, différentes populations et différentes cultures.

« Nous la facilité, c'est que la Belgique, c'est un petit pays et encore un petit pays, mais il y a des différences ici parce que ce qui se passe en Flandre n'est pas ce qui se passe à Bruxelles ni en Wallonie. Donc petit pays, mais gros problème quand même. » (Participante N°21)

Deuxièmement, il semblerait qu'il n'y a pas assez de réseaux. Une participante à l'enquête explique :

« [...] Je trouve qu'en Belgique il n'y a pas beaucoup de réseaux. J'ai assisté à quelques événements, mais je trouve qu'on n'a pas beaucoup de plateformes par rapport à la diaspora... Ou alors c'est moi qui n'en connais pas hein. Je ne connais pas tout non plus, mais je trouve qu'il n'y en a pas énormément contrairement à la France. En France je vois que ça bouge plus quoi ! » (Participante N°17)

De plus, il semblerait que certaines femmes ne se retrouvent pas dans ces réseaux jusqu'à présent tant les femmes entrepreneures de la diaspora africaine seraient majoritairement sur certains secteurs et rencontrant donc le même type de challenge :

« Je ne m'identifie pas à la chef d'entreprise qui fait du personal branding sur la mode et sur la nourriture. Même si c'est super ce qu'elles font. Je vois très peu d'événements en Belgique qui correspondent à ce que je voudrais trouver. Ce qui signifie que je vais probablement créer ces événements. » (Participante N°18)

Troisièmement, l'une des femmes explique que tout ce qui est « Empowerment », « Sister Hood » et d'autres mouvements semblables, ne sont pas assez mis en avant en Belgique (Participante N°2). Elle cite en contrepartie les États-Unis, où cette dynamique est même présente au sein des églises. Elle parle notamment de Sarah Jakes, auteure, conférencière et même pasteure, qui a mis en place un mouvement pour aider les femmes à se développer (Participante N°2).

Dans le même sens et sur le réseautage, une des femmes explique le problème de la représentation au sein des autorités :

« [Le gros challenge est le networking, le parrainage...] On n'a personne qui est tout là-haut et qui parle pour nous. Donc à notre niveau il y a plein de personnes qui vont essayer de faire des choses. Mais il manque des gens qui ont de l'influence en Belgique et qui puissent dire : « à partir de maintenant, il y aura des femmes noires là... ». Il n'y a personne qui parle pour nous là-haut. On n'a pas forcément besoin de training ou de trucs du genre, on a besoin de gens qui parlent plus fort. Et ce, pour toutes les femmes. Parce que jusqu'à présent, lorsqu'on parle de femmes, c'est surtout pour la femme

blanche. Et c'est pour ça qu'en Belgique le mot intersectionnalité c'est un gros mot. Et c'est pour ça que moi je le mets partout. » (Participant N°11)

Et à ce sujet, une des femmes explique que le problème de représentation est réel en Belgique et que les femmes africaines qui sont entrepreneures ne sont pas assez mises en lumière. Ce sont ces mêmes femmes qui doivent fournir des efforts pour s'y intéresser :

« En Belgique, [...] dans les médias classiques, ce n'est pas une chose que l'on aborde tous les jours. C'est vraiment nous-même qui devons nous éduquer si on veut ou vraiment s'y intéresser, s'informer sur ce que les autres femmes noires font. Mais en dehors de ça, moi je ne vois pas... » (Participant N°15)

Ce qui ressort des interviews menées auprès des femmes belges ou actuellement en Belgique, c'est que les femmes africaines se concentrent majoritairement sur des niches, raison pour laquelle elles ne sont pas toujours mises en avant en Belgique, mais elles ont toujours existé. C'est un problème qui est vraiment présent en Belgique selon la participante N°11.

Toutefois, malgré les différents éléments cités ci-dessus, des aspects positifs sont à relever. L'une des femmes interviewées qui a pu expliquer qu'elle a vécu le racisme à un certain niveau en Belgique, explique néanmoins qu'elle a pu être aidée sur d'autres aspects, et peut être même grâce à son statut de femme :

« En revanche j'ai vécu des situations où j'ai l'impression d'avoir été plus considéré parce que j'étais une femme. Qu'on m'a prêté plus d'attention et on m'a donné plus d'aide parce que j'étais une femme. C'est-à-dire que je voulais faire ma première start-up en Belgique. Je savais que c'était une start-up qui nécessiterait de coder, programmer. C'était une application immobilière et donc j'avais commencé à coder, mais je n'étais pas au point de pouvoir construire une application de ce type. Et j'ai l'impression que le fait que je sois une femme a disposé les hommes à m'aider à trouver les codeurs. Et c'est comme ça que j'ai appris. Donc voilà je suis une femme oui, mais je fais la majorité de choses que les femmes ne font pas. Je ne suis peut-être pas dans les mêmes réalités que la plupart des femmes entrepreneures qui elles, sans doute subissent des discriminations. » (Participant N°18)

Pour conclure cette partie empirique, nous notons des défis à deux échelles : au sein de la communauté africaine que ce soit par rapport à la famille, à la culture ou au sexisme. Mais un autre handicap est également à noter, celui du manque de soutien ou d'aide concrète en tant que tel pour cette communauté de femmes de la diaspora africaine.

3. Analyse des résultats et discussions

Dans cette partie sera effectuée une discussion des résultats au regard de la partie empirique pour répondre à notre question de base : « *Pourquoi les femmes de la diaspora africaine deviennent entrepreneures et quels défis rencontrent-elles ?* »

Commençons sur l'aspect des tendances générales explicitées tout au début. Lorsque nous nous intéressons à la question de : « *Pourquoi le deviennent-elles ?* », il apparaît tout d'abord que la femme entrepreneure issue de la diaspora le devient pour des motifs divers. De fait, à la différence des femmes des générations précédentes ou des tendances reportées dans la partie théorique, toutes les femmes interrogées le sont devenues non pas pour échapper au chômage ou pour gagner un maximum d'argent.

On voit d'ailleurs une hybridation des motivations puisqu'il s'agit d'un mix d'entrepreneuriat dit de nécessité et d'opportunité. Comme le tableau en page 15 l'exprime, les femmes interrogées présentent des motivations de l'ordre de la nécessité tant elles souhaitent acquérir du prestige ou être reconnues socialement (Giacomin et al., 2016). Mais elles sont également motivées par des opportunités, c'est-à-dire être autonome et ne pas dépendre d'un patron. Ces femmes avaient pour la plupart la possibilité d'avoir un autre emploi, mais elles ont décidé de suivre leurs convictions. L'objectif à long terme étant de subvenir aux besoins de leur ménage grâce à leur activité pour la majorité.

Ensuite, ces femmes interrogées ont pour la plupart un antécédent de carrière assez long. Seules deux expliquent ne pas avoir eu d'emploi fixe avant de se lancer (Participante N°5 et Participante N°7). Cela laisse sous-entendre que la majorité de ses femmes ont entre la vingtaine et la quarantaine. Cela met en exergue le fait qu'il ne s'agit pas que les jeunes qui entreprennent dans cette communauté. Elles expliquent aussi avoir peur au début au moment du lancement des leurs activités, mais il est à noter que pour plusieurs, elles sont des cas à part de leur famille et sont très souvent qualifiées comme des femmes fonceuses ou qui réfléchissent après coup.

En ce qui concerne la ségrégation sectorielle, il est vrai qu'au regard des personnes interrogées, on constate notamment la majorité dans le secteur de la mode. Aucune des femmes interrogées ne travaille dans le secteur de la construction par exemple. Toutefois, la participante N°6 explique qu'elle travaille dans le management et qu'il s'agit d'un secteur fort occupé par des hommes. Et dans le sens inverse, en dehors des secteurs dits « innovants », plusieurs

entrepreneures trouvent leurs voies dans des secteurs qui étaient entre guillemets méconnus à l'exemple de la participante N°3 qui travaille dans la conciergerie culturelle.

En se référant aux tendances mentionnées précédemment, il est observé que, dans ces cas particuliers, les femmes sont généralement bien éduquées. En effet, toutes possèdent au moins un diplôme d'études supérieures, à l'exception d'une femme qui a entrepris une formation à la place. Cependant, il est impossible d'affirmer avec certitude que ces femmes ont un niveau d'éducation supérieur à leurs homologues entrepreneurs africains. Par conséquent, il n'est pas clair que cela constitue une variable spécifique aux femmes qui favorise l'entrepreneuriat, même si cela semble être le cas pour les femmes interrogées.

Par ailleurs, lorsqu'on parle de l'aspect du financement, les femmes expliquent ne pas bénéficier d'aides. Toutefois, pour ces femmes de la diaspora, l'aspect financier n'a pas été repris comme un défi primaire puisqu'elles bénéficient de ressources suffisantes.

Si nous regardons à la question des défis que ces femmes rencontrent, plusieurs éléments ressortent.

Tout d'abord, toutes ces femmes affirment être porteuses d'une double culture à l'exception d'une. Ces femmes expliquent que malgré leur vie en Europe, elles sont porteuses de la culture du pays d'origine. Ainsi elles deviennent en quelque sorte hybrides et peuvent choisir de prendre les bons aspects des deux cultures pour elles-mêmes. Malgré cette double culture qui vient avec un bon aspect, des défis de taille sont également à relever.

Dans la démarche entrepreneuriale de ces femmes, on note certaines spécificités inverses aux tendances relatées en début de mémoire. L'entrepreneuriat n'est pas vu comme une voie désirable pour l'entourage. Cela est en majorité pour de multiples raisons (peur, vision instable de l'entrepreneuriat, préjugés...). Donc inversement aux tendances évoquées, ce n'est pas systématiquement la famille qui porte le projet au départ malgré l'aspect communautaire. À ce sujet, plusieurs femmes interrogées expliquent qu'il faut être fortes et s'armer dès le départ contre le manque de soutien. Cela permet de déceler une certaine attente inconsciente de soutien vis-à-vis de leur communauté. Cependant, il faut dire que la position négative ou neutre de l'entourage change après quelque temps lorsqu'ils voient la durabilité du projet.

Malgré cela, il est important de noter que plusieurs de ces femmes interrogées ont eu dans leur entourage une personne modèle dans le domaine. Ces rôles modèles ne sont pas entrepreneures

en tant que telles, mais présentent des caractéristiques entrepreneuriales. Ainsi, même en l'absence de femmes entrepreneures dans leur entourage, elles évoquent naturellement des femmes de leur famille comme des exemples pour elles. Ceci peut représenter une différence de tailles avec les entrepreneures femmes du pays d'accueil. De fait, généralement, lorsque la question du rôle modèle est posée, les femmes européennes citent des personnalités plus éloignées comme expliqué dans la partie théorique (Busetta et al., 2019).

En plus de cela, il est à noter que la mentalité selon laquelle la femme est vouée à la maternité reste présente, même si cela reste à nuancer. L'importance de fonder sa famille est présente, et surtout au sein des femmes plus âgées de l'entourage. Cependant, le fait que ces femmes doivent être ingénieuses est également mis en avant puisqu'elles sont pour la plupart entrepreneuriales comme dit précédemment.

Une des choses qui n'a pas été relevé dans la partie théorique et qui revient naturellement dans les propos des femmes interrogées c'est la variable couleur de peau. Cela représenterait un défi de taille.

En ce qui concerne les tendances liées au réseau, il est vrai que la majorité des femmes interrogées ne connaissaient pas de femmes entrepreneures de profession. Plus tard dans leur parcours entrepreneurial, plusieurs relatent le besoin d'appartenir et de s'entourer d'un réseau d'entrepreneures ou de personnes qui sont dans les mêmes conditions qu'elles. Cependant, certaines femmes ne se retrouvent pas dans ces réseaux à cause de la ségrégation autour de certains secteurs. Tout ceci fait écho à la notion de représentation. Et même si l'une des femmes (Participant N°12) explique ne pas éprouver le besoin d'avoir un « rôle modèle », à travers les expériences des autres, nous notons le besoin d'en avoir pour la majorité.

Lorsque ce besoin n'a pas pu être comblé pour ces femmes, elles cherchent elles-mêmes à devenir ambassadrices de l'entrepreneuriat et ainsi inspirer les femmes de leur entourage (Participant N° 6).

Outre le besoin de représentation et de s'entourer d'entrepreneurs, s'ajoute le défi du manque de soutien des hommes africains et/ou noirs. Dans la partie théorique, il a été relevé le fait que les normes ont majoritairement été genrées. Cela semble être encore dans la mentalité des hommes, selon certaines femmes interrogées. Une femme explique que chez l'homme africain/noir, il semble que la femme entrepreneure peut représenter une menace (Participant N°13) et cela pourrait se justifier par le fait que certaines positions doivent être détenues par des hommes

selon eux. Cela fait donc écho aux normes genrées en ce qui concerne les tâches et l'emploi pour ne citer que ça. De plus, ce besoin de soutien des hommes africains pourrait être lié à l'aspect communautaire. Véritablement, plusieurs des femmes évoquent ce phénomène comme un problème, mais ne relèvent que très rarement le manque de soutien des hommes européens. Cela pousse à se demander si pour ces femmes africaines, le soutien intracommunautaire ne deviendrait pas une solution éventuelle.

Pour ces femmes originaires d'un pays africain, on peut voir effectivement la volonté de contribuer au développement du pays d'origine en raison d'une forte attache à celui-ci. La question de la localisation ne se pose pas forcément dès le départ, mais l'idée de revenir pour aider au développement du pays est plusieurs fois partagée. L'une des femmes interrogées est présentement dans son pays d'origine et explique que sa motivation première n'a pas été d'investir là, mais vraiment y vivre, car elle s'y sentait comme chez elle. Cependant, lorsque la question du développement du pays est abordée, elle met en avant le fait qu'elle a un amour particulier pour son pays et que cela est bien évidemment dans ses objectifs.

Enfin, sur la totalité des femmes interrogées, deux origines reviennent particulièrement, l'une plus que l'autre : le Congo (15 participantes) et Cameroun (4 participantes). En analysant les réponses de femmes originaires de ces deux pays, nous remarquons une majorité de similitudes et aucune forte différence. Tout d'abord, elles portent toutes une attention particulière à leur pays d'origine à l'exception de la participante N°11. Pour elles, la mentalité d'avoir plusieurs sources de revenus est totalement normale. Elles ont grandi et ont vu une multitude de microentreprises dans leur entourage. Une femme camerounaise explique même à quel point elle a été étonnée de voir d'autres jeunes Africains de la diaspora, nés et grandis dans le pays d'accueil, qui n'avaient pas cette mentalité-là (participante N°17). Cela mettrait en lumière une différence à l'approche entrepreneuriale des enfants issues de la diaspora africaine (parents ayant fait le déplacement jusqu'à un pays autre) et des enfants de la diaspora africaine elle-même (enfants eux-mêmes ayant fait le déplacement).

Dans l'analyse de toutes les interviews confondues, seul un élément attire notre attention et mériterait de faire l'objet d'une étude pour pointer une possible différence. La participante N°17 qui est camerounaise explique que sa tribu originaire (bamiléké) est connue pour être chercheuse d'argent et cela pourrait également expliquer pourquoi ce fut normal pour elle d'avoir plusieurs sources de revenus. Elle est la seule personne à mettre son origine tribale en

avant. Une étude comparative de l'approche entrepreneuriale entre les différentes tribus de chaque pays peut être intéressante.

Concrètement, le sujet mérite une étude approfondie pour déceler les distinctions et nuances que ces deux pays ont, de même pour les autres pays dont sont originaires les autres femmes (Ghana, Angola, Comores...).

Ces différents éléments de discussion mettent en exergue plusieurs pistes de réflexion. Elles approuvent ou au contraire désapprouvent plusieurs tendances expliquées en partie théorique de ce mémoire. Au-delà de tout ceci, plusieurs conclusions peuvent en sortir ; nous les relatons ci-dessous.

Conclusion et pistes ultérieures

Ce mémoire a permis dans un premier temps de répondre à la question de pourquoi les femmes issues de la diaspora africaine deviennent entrepreneures. Au travers d'une étude exploratoire basée sur 21 interviews de femmes entrepreneures afrodescendantes, ces femmes devenaient entrepreneures par conviction personnelle, par la perception d'un besoin ou par envie de se challenger. Aucune n'exprime le besoin financier comme première motivation. Ainsi il est important de changer la conscience globale de la société selon laquelle l'entrepreneuriat africain serait systématiquement de l'entrepreneuriat dit de nécessité. On ferait plutôt face à de l'hybridation. Cela démontre ainsi que le phénomène est plutôt similaire à ce qui se passe en Europe, ou en Belgique plus précisément.

Outre cet aspect, l'entourage africain peut se montrer majoritairement dissuasif face à cette décision malgré la présence d'une femme entrepreneure dans les générations précédentes. Cela se justifie par de la peur et de l'incompréhension majoritairement. Toutefois, il peut arriver que la famille réagisse positivement bien que cela a été moins fréquent dans le pôle de personne interrogée. Cela se traduit par un sentiment de fierté et du soutien. Il est également important de noter le soutien de la belle famille européenne. De fait, les quelques femmes interrogées qui sont en relation avec une personne européenne, relève le contraste qu'il y a eu dans la réaction et cela serait justifié par leur entourage qui est principalement employé ou salarié.

Sur le point de la localisation tout d'abord, il apparaît qu'il est plus facile de commencer là où elles sont. Par contre, l'idée de se projeter dans leur pays d'origine plus tard est possible étant donné le fort attachement à leur pays d'origine.

Lorsque nous nous intéressons aux aspects des défis dans l'entrepreneuriat féminin, sont ressortis : la mentalité dite paternaliste, le sexisme intracommunautaire, le manque de soutien intracommunautaire, le racisme, les problèmes spécifiques à la communauté cible de l'activité, la visibilité et le manque de représentation, le manque de connaissance ainsi que les problèmes de gestion. Tous ces défis sont plus ou moins prononcés selon la personne et son activité. L'aspect communautaire y ressort fortement, faisant écho aux cultures africaines et leurs notions de solidarités. Toutefois, l'ensemble de ces défis pousserait ces femmes à fournir un travail très qualitatif d'après elle.

Enfin, nous voulions nous intéresser à l'entrepreneuriat féminin en globalité et voir à quel niveau ces femmes s'y sentent représentées et concernées. Tout d'abord, il fut intéressant de noter l'importance de rôles modèles au sein de l'entourage puisque la majorité des femmes interrogées expliquent avoir côtoyé une femme entreprenante. À part cela, on note qu'il y a une évolution en ce qui concerne la représentation de manière générale et que les femmes interrogées croient que cela va encore évoluer. Mais dans l'état actuel des choses, il reste encore beaucoup de travail pour qu'elles puissent toujours être représentées. À cet effet, on voit clairement la volonté et l'impact de faire partie d'un réseau féminin dans la diaspora. Mais pour certaines, cela reste difficile tant elles expliquent qu'il y a encore une concentration des femmes entrepreneures dans des mêmes secteurs.

Pour pallier ces différents défis, plusieurs femmes expliquent qu'elles souhaitent devenir une réponse aux besoins qu'elles ont eus et qui n'ont pas pu être comblés (représentation, réseau, visibilité...). Car concrètement, deux grands handicaps peuvent être relevés : le manque de soutien par le pays d'accueil pour cette communauté de la diaspora africaine, mais également le manque de soutien intracommunautaire. Et ces femmes désirent y remédier.

Dans ce sens-là, plusieurs recommandations peuvent être exprimées au regard des remarques de ces femmes. Au sein de la communauté africaine, plusieurs stratégies doivent être mises en place afin d'encourager le soutien intracommunautaire. Mais d'un point de vue extérieur, tout d'abord, il peut être intéressant de favoriser les espaces de discussion avec des femmes africaines au sein de réseaux haut placés, et ce, dans tous les domaines. Cela permettra de les intégrer dans les différentes décisions et d'être conscient des défis auxquels elles sont confrontées. De plus, la formation en gestion de base étant indispensable, il serait approprié de mettre en avant ces formations à tous les niveaux et d'en faire la promotion. Dans cette idée-là, mettre en lumière des profils différents dans les universités ainsi qu'aux écrans serait bénéfique. Cela permettrait de pallier le problème de représentation.

Dans ce mémoire, certaines limites sont à prendre en compte. Véritablement, dans l'article de Marlow, et Martinez Dy (2018), les auteurs insistent sur le fait que quelques cas d'entrepreneurs femmes ne représentent pas la totalité des femmes. Voilà pourquoi il est important de nuancer les propos. Dans cette perspective-là, nous tenons à préciser que ce travail a pour objectif de donner plusieurs pistes pour approfondir le sujet de l'entrepreneuriat chez la femme issue de la

diaspora africaine et qu'il ne constitue pas à lui seul une représentation globale. De fait, il présente plusieurs limitations. L'échantillon étant de convenance, il faut notifier que d'autres femmes ne s'identifient pas aux problèmes cités. Dans l'étape de prise de contact, une femme par exemple, n'a pas trouvé utile de répondre à l'appel, car elle n'a jamais rencontré des difficultés à cause de son identité, écrit-elle.

Par ailleurs, ayant interrogé au total vingt et une femmes, la taille est restreinte et les résultats ne peuvent pas être généralisés. En outre, il faut noter les biais potentiels non négligeables (lieu de vie, éducation, maladie...) ou les contraintes méthodologiques. Dans l'échantillon des femmes interrogées, certains secteurs n'ont pas pu être interviewés tels que la botanique, l'agriculture ou encore l'éducation. Il s'agit là également de secteur sur lesquels il faudrait se concentrer de sorte à voir si les défis relevés sont également partagés pour d'autres femmes dans d'autres activités.

Pour contrer aux limitations citées ci-dessus, il peut être enrichissant d'effectuer une étude quantitative pour voir si les femmes entrepreneures de cette communauté s'identifient aux défis cités ci-dessus. Dans le même ordre d'idées, différencier les résultats selon l'âge des femmes interviewées peut également être intéressant. Cela permettrait de différencier les défis selon les années et voir si les différentes stratégies mises en place aident à diminuer les challenges ou du moins faciliter ceux-ci. De même pour différents pays d'origine, différencier chacun permettrait de voir le poids de la culture. Par ailleurs, il serait également intéressant de faire une étude comparative. Véritablement, les problématiques de culture peuvent être interrogées de telles manières à voir si cela est similaire pour d'autres communautés. Et en se référant à un pays de base qui est le pays d'accueil, voir les aspects culturels sur lesquels il y a de fortes différences.

Finalement, cette étude permet d'aborder plusieurs notions ou défis spécifiques à la communauté des femmes entrepreneures dans la diaspora africaine, mais surtout de mieux comprendre et donner un visage à ces femmes souvent invisibilisées. L'entrepreneuriat africain reste par ailleurs un domaine à étudier. À ce sujet, un appel à contributions a vu le jour afin de redonner une vision réaliste de l'entrepreneuriat africain (UQAM, 2022). Ainsi ce travail constitue une recherche exploratoire avec ses limites, mais représente un appui pour des recherches futures.

D'autres aspects qui peuvent revenir et pourraient faire l'objet d'étude sont le poids de la mentalité de « Strong Black Women » auprès de ces femmes ainsi que la charge mentale qui s'y réfère puisque certaines ont évoqué cela comme étant un défi (Participante N°13 ; Walker-Barnes, 2014 ; Nelson et al., 2016). Le poids de la spiritualité dans la démarche entrepreneuriale pour ces femmes pourrait également être étudié au vu des motivations pouvant être d'ordre divin (Malsch & Guieu, 2022).

Bibliographie

- Agnete Alsos, G. (2022). Entrepreneurship – a woman's job? A gender perspective to Entrepreneurship [Diapositives].
- Ahl, H. (2020). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. In: Lütge, C., Lütge, C., Faltermeier, M. (eds) The Praxis of Diversity. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-26078-1_4
- Albert, M. & Lazzari Dodeler, N. (2020). L'entrepreneuriat immigrant de nécessité au sein d'une région où il n'existe pas d'enclaves ethniques. *Projectics / Proyética / Projectique*, 25, 107-130. <https://doi.org/10.3917/proj.025.0107>
- Apitzsch, U. (2005, 1 décembre). The Chances of the second Generation in Families of migrant Entrepr. . . . REMi. Consulté le 11 mars 2022, à l'adresse https://journals.openedition.org/remi/2517#xd_co_f=NDY5ZDM2OGUtNmZjZC00OTJiLTg5M2ltZGNmODcyNTNjZGE4%7E
- Ba, A., & Helms, M. M. (2018). African diaspora women entrepreneurs in the United States: Exploring networking and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 171-193. doi: 10.1108/IJGE-06-2017-0035
- Badia, B., Brunet, F. & Kertudo, P. (2013). Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin: Étude qualitative auprès de créatrices d'entreprise dans l'agglomération de Nancy. *Recherche sociale*, 208, 7-57. <https://doi.org/10.3917/recsoc.208.0007>
- Barbaut, T. (2020, 13 novembre). *En Afrique, le numérique en levier de l'entrepreneuriat pour les femmes*. La Tribune. Consulté le 20 janvier 2023, à l'adresse <https://afrique.latribune.fr/decideurs/parcours-de-femme/2019-11-27/en-afrique-le-numerique-en-levier-de-l-entrepreneuriat-pour-les-femmes-833690.html>
- Batjargal, B., & Liu, M. (2020). Family support, social capital, and SME performance: The role of entrepreneurship culture in African countries. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(3-4), 312-338. doi: 10.1080/08985626.2020.1745361
- Benarousse, L., & El Kardi, R. (2020, 20 novembre). *Accélérer la dynamique entrepreneuriale des femmes en Afrique*(WOMEN IN AFRICA PHILANTHROPY, Éd.). Roland Berger. Consulté le 17 janvier 2023, à l'adresse <https://www.rolandberger.com/fr/Insights/Publications/Acc%C3%A9l%C3%A9rer-la-dynamique-entrepreneuriale-des-femmes-en-Afrique.html>

- Bokrezion, H., & Wolday, F. (2015). The role of networking in the entrepreneurial success of African immigrant women entrepreneurs. *Gender in Management: An International Journal*, 30(2), 141-158. doi: 10.108/GM-05-2014-0065
- Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E. J., Greene, P. G., & Hart, M. (2004). Gatekeepers of Venture Growth: A Diana Project Report on the Role and Participation of Women in the Venture Capital Industry. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.1260385
- Busetta, G., Colombelli, A., & Quatraro, F. (2019). Gender Differences in Entrepreneurial Choices: Evidence from Italy. *The Journal of Technology Transfer*, 44(4), 1126-1147. doi: 10.1007/s10961-017-9619-z
- Calás, M. B., Smircich, L., & Bourne, K. A. (2009). Extending the boundaries: Reframing “entrepreneurship as social change” through feminist perspectives. *Academy of Management Review*, 34 (3), 552-569.
- Campos, F., Coleman, R., Conconi, A., Donald, A., Gassier, M., Goldstein, M., Chavez, Z., Mikulski, J., Milazzo, A., Paryavi, M., Pierotti, R., O’Sullivan, M. & Vaillant, J. (2019, 19 mars). *Les Bénéfices de la Parité : Libérons le Potentiel de l’Entrepreneuriat Féminin en Afrique (français)*. La banque mondiale BIRD - IDA. https://www.worldbank.org/404_response.htm
- Cardella GM, Hernández-Sánchez BR and Sánchez-García JC (2020) Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Front. Psychol.* 11:1557. Consulté le 10 novembre 2022, à l’adresse <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01557/full>
- Cedefop. (2021). Future skills supply and demand in Europe: Forecast 2020. https://www.cedefop.europa.eu/files/2021_forecasts_final.pdf
- Chasserio, S., Pailot, P. & Poroli, C. (2016). 4. L’entrepreneuriat est-il genré ?. *Regards croisés sur l’économie*, 19, 62-75. <https://doi.org/10.3917/rce.019.0062>
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*.

- Delavelle, F. & Rouanet, L. (2021, 17 juin). L'entrepreneuriat des femmes, clé de la croissance africaine. ID4D. <https://ideas4development.org/entrepreneuriat-femmes-croissance-africaine/>
- Diagne, C. (2021, 17 juin). Diaspora Africaine : Témoignages de cinq femmes « repats ». Talent2Africa. Consulté le 11 novembre 2022, à l'adresse <https://talent2africa.com/diaspora-retour-afrique-repats-emploi/>
- Diarra, A. (2020, août 26). African Women Entrepreneurs: The Hope of a Continent. Young Afrikan. Consulté le 11 mars 2022, à l'adresse <https://youngafrikan.com/african-women-entrepreneurs-the-hope-of-a-continent/>
- Díaz-García, M. C., Jiménez-Moreno, J., & Sáez-Martínez, F. J. (2015). Women entrepreneurs' success: Interpersonal and institutional factors. *Journal of Business Research*, 68(4), 786-790. doi: 10.1016/j.jbusres.2014.10.006
- Gallego, Á. I., Ribeiro, D., & Rodríguez, M. D. (2018). Entrepreneurial role models and female entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 86, 374-382. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.12.034
- Giacomin, O., Janssen, F. & Guyot, J. (2016). Entrepreneurs de nécessité et d'opportunité : quels comportements durant la phase de création ?. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15, 181-204. <https://doi.org/10.3917/entre.153.0181>
- Goldstein, M., Martinez, P. & Papineni, S. (2019, mai). Tackling the Global Profitarchy Gender and the Choice of Business Sector. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/734371558715932769/pdf/Tackling-the-Global-Profitarchy-Gender-and-the-Choice-of-Business-Sector.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2021, novembre). GEM 2020/21 WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP REPORT: THRIVING THROUGH CRISIS <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurship-report-thriving-through-crisis>
- Global Entrepreneurship Monitor (2022, novembre). GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report From Crisis to Opportunity: Research Highlights Significant Increase in Growth-oriented Women Entrepreneurs Worldwide. Consulté le 11 mars 2022, à l'adresse <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82. doi: 10.1177/1525822X05279903
- Kautonen, T., Kibler, E., & Wainwright, T. (2015). Entrepreneurial intentions in the third age: The impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 44(3), 641-661. doi: 10.1007/s11187-014-9609-8
- Lavoie, D., (1988), *Les entrepreneures pour une économie canadienne renouvelée*, Ottawa, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme.
- Larousse, Æ. (s. d.). *Définitions : diaspora - Dictionnaire de français Larousse*. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/diaspora/25253>
- Léger-Jarniou, C., Certhoux, G., Degeorge, J., Lameta, N. & Le Goff, H. (2016). Chapitre 1. Entreprendre, c'est quoi ?. Dans : , C. Léger-Jarniou, G. Certhoux, J. Degeorge, N. Lameta & H. Le Goff (Dir), *Entrepreneuriat* (pp. 2-29). Paris: Dunod.
- Malsch, F., & Guieu, G. (2022). *Entrepreneuriat, spiritualité et religion. Des sphères antinomiques ou étroitement liées ?* , Sous la direction de Katherine GUNDOLF et Frank JANSSEN, Éditions de Boeck, octobre 2021. *Méthodes & Recherches Management*, 35(3-4), 220. <https://doi.org/10.7202/1095590ar>
- Manning, P. (2018). Chapitre 1. Diaspora: Luttes et connexions. Dans : , P. Manning, *Histoire & cultures de la diaspora africaine*(pp. 1-39). Paris: Éditions Présence Africaine.
- Marlow, S., & Martinez Dy, A. (2018). Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research? *International Small Business Journal*, 36 (1), 3–
- Mbiti, J. S. (2015). *African religions and philosophy*. Routledge.
- Naguertiga S. (2021, 27 septembre). Les femmes entrepreneures à la conquête de l'Afrique. ID4D. Consulté le 11 mars 2022, à l'adresse <https://ideas4development.org/femme-entrepreneure-afrique/>
- Nelson, T., Cardemil, E. V., & Adeoye, C. T. (2016). Rethinking Strength: Black Women's Perceptions of the “Strong Black Woman” Role. *Psychology of Women Quarterly*, 40(4), 551–563. <https://doi.org/10.1177/0361684316646716>
- Neneh, N. B. (2017). The impact of family support on the success of women entrepreneurs in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(1), 311-318. doi: 10.5901/mjss.2017.v8n1p311

- Nkurunziza, L., & Nkurunziza, A. (2015). Ubuntu philosophy and counseling. *Journal of Counseling & Development*, 93(4), 355-363. doi: 10.1002/jcad.12046
- Ojo, S., Nwankwo, S., & Gbadamosi, A. (2013). African Diaspora Entrepreneurs: Navigating Entrepreneurial Spaces in 'Home' and 'Host' Countries. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14 (4), 289–299. <https://doi.org/10.5367/ijei.2013.0126>
- Okafor, C., Sanni, M., & MacLennan, A. (2020). Entrepreneurial legitimacy and informal institutional environments: The case of Nigerian agri-food entrepreneurs. *Journal of Rural Studies*, 75, 145-156. doi: 10.1016/j.jrurstud.2019.12.011
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Sage Publications.
- Peretz, P. (2005). « Diasporas », un concept et une réalité devant inspirer le soupçon ?. *Hypothèses*, 8, 137-146. <https://doi.org/10.3917/hyp.041.0137>
- Pesqueux, Y. (2015). De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. *HAL Open Science*. <https://shs.hal.science/halshs-01235201/document>
- Radu-Lefebvre, M. (2022). *A social-constructivist approach of doing gender in entrepreneurship* [Workshop: Female entrepreneurship in and around universities - Circle U. (circle-u.eu)].
- Rapoport, H. (2017). Migration et développement : les externalités de la diaspora. *Revue d'économie du développement*, 25, 31-61. <https://doi.org/10.3917/edd.311.0031>
- Rauline, N. (2013, 21 novembre). *L'économie africaine à l'aube d'une révolution Internet*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/2013/11/leconomie-africaine-a-laube-dune-revolution-internet-331855>
- Statista. (2022). The World Bank. World Development Indicators: Employment in services (% of total employment). <https://www.statista.com/statistics/251992/employment-in-services-as-percent-of-total-employment/>
- UNCTAD (2020, 25 février). *En Afrique francophone, les femmes entrepreneurs du numérique s'affirment*. Consulté le 20 janvier 2023, à l'adresse <https://unctad.org/news/en-afrique-francophone-les-femmes-entrepreneurs-du-numerique-saffirment>
- UQAM. (2022). Nouveaux imaginaires de et sur l'Afrique par l'entrepreneuriat : APPEL À CONTRIBUTION Vol. 37, No 3/4, 2024 -. *Revue Internationale PME*. Sous

presse. <https://crises.uqam.ca/wp->

[content/uploads/2022/06/RIPME_Imaginaires_Afrique_2024.pdf](https://crises.uqam.ca/wp-content/uploads/2022/06/RIPME_Imaginaires_Afrique_2024.pdf)

Walker-Barnes, C. J. (2014). *Too Heavy a Yoke : Black Women and the Burden of Strength*. https://openlibrary.org/books/OL27201446M/Too_heavy_a_yoke

Appendix

Script des interviews

- Demande enregistrement
- Parlons de vous...
 - o Nom, prénom, âge, location, éducation, statut marital
 - o Entreprise : Nom, depuis quand, propre bureau, combien d'employés...
- Parlons entourage...
 - o Combien d'enfants : frère/sœur
 - o Pays d'origine
 - o Raison de la venue en Belgique - Quantième génération
 - o Profession des parents/ tuteurs légaux - Mode de vie général
 - o Rapport à votre pays originaire ? Double identité, langue, culture, nourriture, éducation, cliché, normes, déjà visité le pays...
 - o Votre entourage possède les mêmes caractéristiques que vous ou non ? Amis, connaissances...
- Parlons entrepreneuriat...
 - o Vous êtes-vous lancé seul dans cette aventure ?
 - o Pourquoi ce secteur / ce choix là ? Gagner de l'argent ou réel besoin perçu
 - o Pourquoi cette localisation et pas le pays originaire de votre parenté ?
 - o Qu'est-ce qui vous a motivé à passer le cap ? Avez-vous eu peur au départ ?
 - o Aviez-vous reçu la formation adéquate ?
 - o Vous êtes-vous directement lancé dans l'aventure entrepreneuriale ou d'abord un emploi « normal » ?
- Parlons entrepreneuriat et entourage issus de la diaspora africaine...
 - o Est-ce que la situation financière de votre famille a été un frein ou non ?
 - o Quelle a été la réaction de vos parents et de votre entourage ? Avez-vous ressenti une pression quelconque ? Ou à l'inverse un soutien et de l'aide ?
 - o Est-ce que le cliché de la femme africaine au foyer a été mis sur la table par votre entourage ou vos parents ?
 - o Avez-vous des entrepreneurs dans votre entourage ? Ou eu l'opportunité de rencontrer des femmes entrepreneures afrodescendantes pendant votre cursus étudiant ? Êtes-vous entrés dans un réseau ?
- Parlons entrepreneuriat féminin dans la diaspora africaine...

- Avez-vous du faire vos « preuves » en tant que femme afro descendante ?
- Avez-vous rencontré des clichés, préjugés ?
- On voit une montée croissante de ce qui est appelé l'entrepreneuriat féminin, trouvez-vous que les afrodescendantes y sont assez représentées ?
- Quel est le plus gros challenge spécifique aux femmes issues de la diaspora en ce qui concerne l'entrepreneuriat ? Et pour vous, comment y remédier ?

Merci pour votre aide précieuse !

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

www.uclouvain.be/lsm