

Entrepreneuriat féminin à domicile à Abidjan en Côte d'Ivoire : gouvernance partenariale et perpétuation de la relève

Haoua Badini Kone^a

RÉSUMÉ. L'entrepreneuriat féminin en Afrique possède des caractéristiques de gestion spécifiques. Il met en évidence un entrepreneuriat pratiqué à domicile par les femmes avec le soutien du réseau familial. Ce type d'entrepreneuriat manque encore d'assises théoriques fortes. L'objet de cet article est de montrer comment cet entrepreneuriat féminin à domicile, analysé sous le prisme de la gouvernance partenariale, participe à l'apprentissage de comportements responsables favorables à la relève. L'étude prend son ancrage dans les théories du capital social, de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et de la gouvernance partenariale. Les entretiens réalisés auprès de 16 femmes entrepreneures aux profils divers dans la ville d'Abidjan, en Côte d'Ivoire, montrent qu'au-delà de saisir des opportunités d'affaires, ces dernières partagent la volonté de transmettre un savoir-faire entrepreneurial à la génération future.

ABSTRACT. *Women entrepreneurship in Africa has specific management characteristics. It highlights an entrepreneurship practiced at home by women with the support of the family network. This type of entrepreneurship still lacks a strong theoretical foundation. The purpose of this article is to show how this female entrepreneurship at home, analysed through the prism of partnership governance, participates in the learning of responsible behaviors favourable to the next generation. This study is based on the social capital, the corporate social responsibility (CSR) and the partnership governance theories. Interviews with 16 women entrepreneurs with diverse profiles in the city of Abidjan, in Côte d'Ivoire, show that beyond seizing business opportunities, they share the desire to transmit entrepreneurial know-how to the next generation.*

Introduction

L'entrepreneuriat féminin à domicile prend de l'ampleur dans les sociétés africaines. Cette activité d'auto emploi, dominante en Afrique subsaharienne, répond à la nécessité de conciliation de la vie familiale à la vie professionnelle dans une perspective d'insertion dans le tissu socioéconomique. Dans un contexte socioculturel où les femmes sont dans des représentations qui les confinent à un rôle secondaire (tâches familiales, place de la femme dans la société), les initiatives de micro activités entrepreneuriales au sein du domicile renforcent leurs rapports sociaux et leur autonomie. Cette activité à domicile constitue un aspect de l'entrepreneuriat informel. Selon l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE, 2014), l'entrepreneuriat féminin en Afrique est illustré par

une présence marquée des femmes dans l'auto emploi informel. Dans son étude, le Fonds de développement des Nations unies pour la femme (UNIFEM, 2009) montre que près de 70 % des femmes en Afrique subsaharienne se retrouvent majoritairement dans le secteur informel.

La plupart des réflexions conceptuelles et empiriques menées en Afrique se penchent sur l'entrepreneuriat féminin (Onana, 2009; Nordman et Vaillant, 2014, Tchouassi et collab., 2018; Nkakleu, 2018; Glidja, 2019; Bony et collab., 2021). Or, bien qu'intéressantes, les données issues de ces travaux mettent peu l'accent sur l'entrepreneuriat à domicile. Pourtant, les pratiques entrepreneuriales au féminin, surtout celles menées à domicile, ont toujours existé.

^a Maître assistante, Université Félix-Houphouët-Boigny, Abidjan

Pour Leclair et Redien-Collot (2013), l'activité entrepreneuriale à domicile s'insère dans un environnement socioculturel et cohabite avec les modes de gestion domestique de la famille. Elle explique la transmission d'un savoir-faire de génération en génération. Pour Metaiche et Bendiabdellah (2016), la volonté de perpétuer une tradition entrepreneuriale reçue pousse les femmes à entreprendre leur activité informelle à domicile simultanément avec leurs tâches domestiques. Toujours selon ces auteurs, l'activité entrepreneuriale est exercée avec le soutien et l'implication des membres de la famille. Le réseau relationnel dans le projet entrepreneurial invite à un mode de gouvernance partenariale (Peyroux et collab., 2019).

Les études consacrées à la gouvernance partenariale mettent l'accent sur la coopération entre les parties prenantes (Aoki, 2000; Dupuis et Le-Bas, 2007; Charreaux et Wirtz, 2007). Dans leur étude, Paradas et ses collègues (2013) montrent que la coopération est un processus relationnel favorable à l'entrepreneuriat féminin, en ce sens que la sphère domestique dans laquelle évoluent les femmes donne une vision plus intégrée des relations sociales. Pour St-Pierre et Cadieux (2011), la gestion des activités entrepreneuriales des femmes est portée par une pratique plus participative et socialement responsable.

L'intérêt pour la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) oriente notre ancrage théorique vers la lignée des travaux sur l'entrepreneuriat féminin (Fayolle, 2010; Paradas et collab., 2013; Metaiche et Bendiabdellah, 2016; Peyroux et collab., 2019) qui s'accommodent des théories de la gouvernance partenariale (Dupuis et Le-Bas, 2007; Charreaux et Wirtz, 2007).

Nous abordons le sujet sous l'angle de la transmission de savoir-faire dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin qui s'exerce à domicile. En ce sens, la question qui motive cette étude est la suivante : *Quelles valeurs et normes les femmes africaines entrepreneures à domicile transmettent-elles dans leur entourage familial pour perpétuer l'activité entrepreneuriale?* En d'autres termes, il s'agit d'analyser l'entrepreneuriat féminin à domicile comme une forme de gouvernance partenariale favorable à la transmission de comportements socialement responsables.

L'objectif est de saisir les logiques entrepreneuriales à domicile qui sont une source de transmission de savoir-faire et de perpétuation de la relève à l'échelle familiale en Côte d'Ivoire.

La méthodologie de la recherche empirique repose sur des entretiens menés sur un échantillon de 16 Abidjanaises entrepreneures évoluant dans le domaine du commerce de détail ou de services. Il s'agit d'examiner leur parcours de vie entrepreneuriale dans leur domicile, mais aussi de mettre en relief leurs pratiques de RSE qui sont une source de transmission de savoirs et de savoir-faire au sein de la cellule familiale.

Pour aborder la question de l'entrepreneuriat féminin à domicile, le présent travail est structuré en quatre parties. La première partie présente la synthèse de la revue de littérature sur l'entrepreneuriat féminin à domicile et apporte quelques éclairages sur ses liens avec la gouvernance partenariale et la RSE. La deuxième partie est dédiée à l'étude méthodologique empirique. La troisième partie, qui présente les résultats, se concentre sur les déterminants socialement responsables de l'activité entrepreneuriale féminine en tant que source de transmission de savoirs et de savoir-faire. La quatrième partie se résume à la discussion des résultats.

1. Revue de littérature

Comme indiqué précédemment, la plupart des études sur l'entrepreneuriat féminin s'attardent peu dans ses rapports au domicile. Toutefois, les rares synthèses de littérature qui abordent l'entrepreneuriat sous l'angle du domicile l'inscrivent dans ses perspectives partenariales et en lien avec la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE; Redien-Collot et Léger-Jarniou, 2018).

1.1 Dynamique entrepreneuriale féminine à domicile et mode de gouvernance partenariale

L'activité entrepreneuriale des femmes en Afrique est guidée par le souci de briser des barrières et des préjugés (Mebtoul et collab., 2010). Selon ces auteurs, les femmes assignées culturellement à des tâches domestiques trouvent du temps pour s'adonner à des activités entrepreneuriales afin de mieux concilier leur charge de ménage avec leur vie professionnelle. C'est la nécessité de s'affirmer socialement et de sortir de la

précarité qui les pousse à entreprendre. Or, la résistance aux normes réglementaires inscrit leur activité à domicile dans le secteur informel. En Côte d'Ivoire, près de 98 % de femmes sont présentes dans le secteur informel, selon l'*Enquête nationale sur la situation de l'emploi et le secteur informel* (ENSESI) effectuée par l'Institut national de la statistique (2019). Par ailleurs, le *Recensement général de la population et de l'habitat* (RGPH), réalisé en 2014, montre que 67 % des femmes menant une activité indépendante sont sans niveau scolaire et 21 % ont un niveau préscolaire. Cela montre un niveau d'instruction assez bas des Ivoiriennes dans l'écosystème entrepreneurial.

Les femmes utilisent le domicile, lieu par essence communautaire, pour obtenir du soutien et pour affirmer leur capacité à entreprendre (Onana, 2009). Le domicile met en avant les interactions entre les membres de la famille. La communauté constitue un espace privilégié de flexibilité, de créativité et d'innovations sociales.

Le champ d'analyse de la gouvernance partenariale se prête bien à l'étude de l'entrepreneuriat féminin à domicile. La gouvernance partenariale se traduit par la prise en compte des interactions entre les parties prenantes qui peuvent influencer les décisions ou être influencées par les décisions (Meier et Schier, 2008). La gouvernance partenariale considère l'organisation comme une collectivité, plutôt qu'un nœud de contrats (Charreaux et Wirtz, 2007). Le domicile se présente comme une organisation dans laquelle les membres de la famille sont représentés comme une équipe de production dans laquelle la création de valeur provient de synergies entre eux. La femme entrepreneure, dirigeante du petit commerce de détail ou de l'artisanat, travaille en concert avec les membres de la famille, qui l'assistent dans ses activités quotidiennes. Cette approche partenariale de la gouvernance se présente comme un dispositif de normes sociales encourageant la coopération entre toutes les parties prenantes (Charreaux et Pitol-Belin, 1991).

Ce constat est supporté également par Vier-Machado et Rouleau (2002), qui montrent que les femmes sont plus sensibles aux relations interpersonnelles. Ces relations sociales dans l'ancrage familial sont importantes dans l'exercice de l'activité entrepreneuriale féminine à domicile. Dutta et Banerjee (2011) relèvent que 58 % des dirigeantes prennent leurs décisions en concertation avec les principaux membres de leur famille. Ce constat s'aligne avec certaines études qui

se sont penchées sur le rôle que joue la famille dans les décisions des entrepreneures en ce qui concerne l'emplacement du local, pour lequel elles tendent à privilégier la proximité avec leur lieu d'habitation (Borges et collab., 2005). L'entrepreneuriat féminin semble lié à des facteurs assez complexes; c'est pourquoi Brush et ses collègues (2009) proposent « de creuser plus dans le contexte familial et ses rapports internes » (p. 11).

Pour Chabaud et Lebègue (2013), « les femmes construisent des relations harmonieuses avec leurs collaborateurs, les invitant ainsi à prendre leur place dans le processus de décision » (p. 43). Une telle stratégie de collaboration leur permet d'avoir la pleine adhésion de la famille afin d'assurer la relève des activités.

Dans leur rôle entrepreneurial, les femmes sont contraintes de faire plus de compromis dans leur carrière (Le Loarne-Lemaire, 2013). Ainsi, Santoni et Barth (2014) trouvent que la perception des femmes sur la notion d'opportunités d'affaires reste influencée par leur réalité de femme, de conjointe et de mère. Les femmes apporteraient une dimension plus sociale et humaine à leur entreprise. Toujours selon Santoni et Barth (2014), « les femmes intègrent leur entreprise dans leur vie personnelle et sociale, la considérant plutôt comme un réseau coopératif de relations » (p. 81). Elles sont beaucoup plus attachées à la notion de bien-être mental et aux relations personnelles.

Pour le financement de leurs activités entrepreneuriales, Ba (2019) pense que les entrepreneures s'appuient sur un réseau spirituel pour développer leurs activités entrepreneuriales à court et à long terme. Par exemple, l'islam, avec ses valeurs de solidarité, favorise un prêt sans intérêt (la *Zakat*). Ainsi, les femmes peuvent bénéficier de financement sans intérêt pour développer leurs activités. Par conséquent, la religion devient un facteur incontournable du processus de création d'entreprise de la femme africaine, de même qu'un facteur de structuration. Elle a un fondement éthique qui place l'humain au cœur de l'action.

Pour Guérin et Servet (2005), on retrouve aussi en Afrique la pratique sociale de la tontine¹, qui participe au financement des entreprises : les gens mettent en commun de l'argent afin de le répartir à tour de rôle entre les membres de la tontine. Ces circuits financiers informels sont également un moyen de financement des activités entrepreneuriales.

Le mode de gouvernance des activités des femmes à domicile est assez participatif et interactif (Carrier et collab., 2006; St-Pierre et Cadieux, 2011). Leur approche de gestion est «plus personnelle, plus maternelle et plus proche des préoccupations des salariés. Si certaines qualités liées à l'estime de soi ou à la reconnaissance d'un rôle féminin d'entrepreneuriat leur manquent, elles misent davantage sur l'écoute, l'encouragement et délèguent plus facilement» (Paradas et collab., 2013, p. 187). Pour mener à bien leurs activités de petit commerce ou d'artisanat, les femmes privilégient les personnes qu'elles connaissent le mieux, c'est-à-dire les liens familiaux et les proches. Elles ne sont pas réticentes à l'idée de partager le pouvoir et l'information (Mione, 2002; Carrier et collab., 2006). Le style de leadership serait ainsi plus «démocratique et relationnel». Par ailleurs, les entrepreneures semblent porter une attention particulière «à l'équité et au bien-être de la communauté» (St-Pierre et Cadieux, 2011, p. 33). Elles sont à la recherche d'effectivité et d'affectivité, plus que d'efficacité et d'efficacités (Mione, 2004). Elles veulent se rendre utiles et faire une différence dans la vie de leur proche.

Considérer les proches, voire les parties prenantes dans le processus entrepreneurial, c'est inscrire également la gouvernance partenariale dans les principes de la RSE (Persais, 2013).

1.2 **Entrepreneuriat féminin et spécificités de la RSE**

L'entrepreneuriat chez les femmes est porté davantage vers les causes sociales; elles cherchent avant tout à valoriser les besoins sociaux (Lambrecht et collab., 2003; Zouiten et Levy-Tadjine, 2005; Paradas et collab., 2013). En d'autres termes, ces entrepreneures sont plus intéressées par leur contribution aux besoins sociaux que par la recherche d'un bénéfice personnel, d'un statut ou d'argent. Pour les entrepreneures, le succès ne se résume pas au seul chiffre d'affaires; la satisfaction des autres constitue un facteur indéniable de succès (Vier-Machado et Rouleau, 2002).

C'est pourquoi mener l'étude des femmes dans un écosystème entrepreneurial engendre la question de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE). Les femmes semblent plus sensibles à la RSE, bien que les travaux dans ce domaine de recherche soient rares (Paradas et collab., 2013). Selon St-Pierre et

Cadieux (2011), les femmes manifestent un intérêt poussé pour les facteurs socio-environnementaux en vue de satisfaire leur entourage et leur besoin personnel à travers des pratiques de RSE.

La RSE fait état d'un management participatif dans lequel sont privilégiées la recherche de bien-être social à travers l'harmonie dans les relations, la création d'un cadre optimal de travail et l'implication des collaborateurs et collaboratrices dans la prise de décision (Gond et Igalens, 2012). Léger-Jarniou et collab., (2015) mettent en lumière, dans l'entrepreneuriat des femmes, des pratiques éthiques qui donnent un sens moral à la RSE. Pour Postel et Rousseau (2008), le courant moral de la RSE se base sur des règles de conduite afin d'agir de façon légitime. L'implication des proches de la famille conduit à un engagement moral (Gianfaldoni et collab., 2005).

Pour Chabaud et Lebègue (2013), l'engagement des femmes dans des secteurs moins productifs les amène à développer des valeurs éthiques. Pour Boussoura et Benslimane (2015), les valeurs éthiques font appel à la bonne moralité et renvoient à la manière jugée comme bonne et appropriée d'agir. Il s'agit d'une obligation morale empreinte de respect des droits de la personne, du droit de travailler et de l'environnement. Il est donc question d'agir de manière juste à travers des valeurs managériales empreintes d'éthique, de bonté, d'altruisme et de bienveillance.

La RSE renvoie donc à une forme d'apprentissage organisationnel motivée par le désir d'un agencement mutuel des systèmes de valeurs éthiques et des enjeux de l'activité entrepreneuriale (Gond, 2006). Cet apprentissage fait référence aux connaissances accumulées par la cellule familiale. C'est ce qui permet à l'activité entrepreneuriale de se pérenniser et, donc, d'être durable. Cet apprentissage est aussi vu comme un portefeuille de compétences productives qui donne une meilleure visibilité de l'environnement entrepreneurial afin d'allouer les ressources de manière efficiente. Les projets à domicile autorisent la coopération des acteurs et actrices; la prise en compte des compétences collectives dans l'action génère des synergies. Au sein du domicile s'opèrent alors des jeux d'interaction favorables à la transmission de savoirs et de savoir-faire entrepreneuriaux.

2. Méthodologie

Notre étude cherche à analyser les discours ainsi que les interactions entre les acteurs et actrices. Une démarche qualitative est privilégiée puisqu'elle a essentiellement pour finalité d'explorer un phénomène et de le comprendre (Miles et Huberman, 2003), ce qui est en adéquation avec la visée de notre recherche. En effet, notre objectif est de comprendre le lien entre les orientations de gestion socialement responsable des femmes qui exercent dans le commerce de détail ou de services dans les communes d'Abidjan. La démarche qualitative adoptée a consisté en des entretiens exploratoires menés auprès de 16 Abidjanaises exerçant dans le commerce de détail ou de services à domicile. Cette démarche qualitative poursuit trois objectifs :

1. Explorer la signification et l'importance que les actrices entrepreneuriales accordent aux notions de gouvernance partenariale, de comportements responsables et de relève de l'activité;
2. Examiner le rapport entre le statut d'entrepreneure et la perpétuation de l'activité dans le cercle familial;
3. Avoir une idée sur le contexte culturel et organisationnel dans lequel opèrent les répondantes

ainsi que sur les relations interpersonnelles et les processus d'apprentissage.

Ces objectifs découlent de notre problématique, qui s'intéresse aux normes et valeurs socialement responsables véhiculées par les femmes entrepreneures à domicile auprès de leur réseau familial, partie prenante de leurs activités.

Pendant le mois de décembre 2020, les participantes ont été interviewées pour la plupart à leur domicile. Celles qui avaient peu de temps à nous consacrer ont souhaité un entretien téléphonique. Les entretiens semi-directifs, d'en moyenne 30 minutes, étaient basés sur des questions structurées mais ouvertes (Roussel et Wacheux, 2006). Les 16 femmes interviewées proviennent de couches sociales diverses et exercent leurs activités dans le commerce de détail, l'artisanat ou la restauration à travers les 10 communes d'Abidjan. Elles gèrent leurs activités à domicile avec le concours du conjoint et des autres membres de la famille. Certaines participantes ont réussi, à travers leurs activités informelles à domicile, à mettre en place des microentreprises formalisées dont elles sont les dirigeantes. Les femmes interrogées sont âgées de 20 à 50 ans. Le tableau ci-dessous retrace certaines caractéristiques des participantes.

Type d'activité	Répartition	Effectif	Durée (min)	Niveau d'étude	Commune
Couture (service ou fabrication)	R1	1	28	Primaire (CM2)	Cocody
		2	30	Secondaire (3 ^e)	Yopougon
	Total R1	2			
Restauration (service)	R2	1	27	Aucun niveau	Koumassi
		2	31	Supérieur (BTS)	Adjamé
		3	26	Primaire (CM1)	Adjamé
		4	32	Supérieur (bac+4)	Yopougon
		5	25		Treichville
		6	29	Secondaire (4 ^e)	Marcory
		7	30	Aucun niveau	Port-Bouet
		8	29	Supérieur (bac+4)	Marcory
Total R2	8				
Cabine téléphonique (service)	R3	1	25	Secondaire (3 ^e)	Yopougon
	Total R3	1			
Vêtements et articles de mode (commerce de détail ou fabrication)	R4	1	33	Aucun niveau	Cocody
		2	28	Supérieur (BTS)	Abobo
		3	27	Aucun niveau	Abobo
		4	26	Primaire (CM1)	Bingerville
Total R4	4				
Produits alimentaires (commerce de détail)	R5	1	30	Aucun niveau	Bingerville
	Total R5	1			
Total des répondantes		16			

Tableau 1 – Caractéristiques de l'échantillon

Le choix de l'échantillon, qui porte sur des profils variés, répond au souci de recueillir des points de vue différents permettant de mener une analyse objective. Nous avons interrogé exclusivement des entrepreneures intervenant à domicile.

L'analyse de contenu a été adoptée pour l'examen des retranscriptions (verbatim) riches du vécu des participantes. Cette analyse s'inscrit dans la logique thématique de Bardin (2013). Les thèmes adoptés sont ceux que nous avons initialement retenus à partir de la revue de littérature. Ils mettent de l'avant le statut de femmes entrepreneures à domicile comme un critère déterminant de la loyauté et de l'entraide familiales. Ces valeurs sont le reflet des pratiques en RSE inhérentes à la perpétuation des activités entrepreneuriales.

3. Résultats

Nos résultats montrent que le domicile entretient le parcours entrepreneurial des femmes. Ils expliquent également l'activité entrepreneuriale à domicile en tant que levier de conciliation famille-travail.

3.1 Entrepreneuriat féminin à domicile : un héritage intergénérationnel à perpétuer

L'initiative d'entreprendre à domicile pour les participantes ne résulte pas d'un processus inné, encore moins naturel. Elle est le produit d'une longue maturation qui tire bien souvent son origine du groupe social d'appartenance qu'est la famille. Par exemple, une répondante avance ceci :

J'ai refusé d'aller à l'école moi-même. Ma tante, qui m'a élevée, est une grande commerçante. Depuis le début jusqu'à aujourd'hui, il y a eu des changements pour moi. Mon activité est liée à l'histoire familiale. Ma tante vendait les bijoux, les perles là, c'est ce qu'elle vendait. (R4-1)

Une autre répondante explique ceci :

Oui, c'est ma grande sœur qui vendait. Quand je suis arrivée à Abidjan chez elle, je l'aidais et c'est comme ça que j'ai repris l'espace après son décès en 2016. J'ai hérité cela de ma grande sœur. Mais j'aimerais agrandir mon espace et le rendre plus joli afin d'attirer des clients. (R4-2)

En effet, l'analyse de l'emprise familiale sur l'aptitude des actrices en son sein à entreprendre présente des spécificités dont nous donnons ici quelques caractéristiques.

3.1.1 L'omniprésence de normes et valeurs d'une politique de RSE

La responsabilité sociale d'entreprise en tant que processus de la gouvernance des entreprises accentue sa politique sur des aspects sociétaux qui vont bien au-delà de l'aspect lucratif et de la recherche du profit, comme on le retrouve dans l'entreprise traditionnelle. Réfutant l'idée selon laquelle la quête du profit doit être l'essence de l'entreprise, la RSE féminine à domicile présente des spécificités d'adaptation aux politiques. Ses caractéristiques, aussi structurelles que symboliques, répondent à un ensemble d'objectifs portant sur des normes et des valeurs éthiques qui encouragent les interactions des membres de la famille dans les activités entrepreneuriales. À ce propos, une répondante tenante d'un restaurant à domicile rapporte :

Mon activité nécessite la propreté surtout. Je tiens à l'hygiène. Mon cadre doit être propre pour attirer plus de clients. Avec l'avènement de la COVID-19, j'ai installé un dispositif de lavage des mains juste à l'entrée et du gel pour les mains sur chaque table. La famille est tenue de respecter ces mesures. (R2-1)

Les expériences entrepreneuriales des femmes à domicile vont de l'exercice d'activités des plus informelles aux tentatives de création de microentreprise à domicile. C'est par ces activités que réside le transfert de leur savoir-faire, lequel garantit la perpétuation de l'activité entrepreneuriale par les membres de la famille. Une répondante explique : « Cette activité n'est pas à moi seule. Demain, ce sont les enfants qui vont hériter des retombées. Ils pourront continuer l'activité, s'ils le veulent. » (R2-3)

L'activité entrepreneuriale à domicile répond à des normes et des codes qui statuent, d'une part, sur un ensemble de dispositions à mettre en œuvre dans la recherche d'un équilibre avec la vie de femme au foyer. À ce propos, une répondante avance :

Avant de prendre des décisions, j'échange avant tout avec mon mari et mon fils aîné et, après, avec les plus jeunes. Ensemble, on voit ce qui est bon. Évidemment, aujourd'hui, c'est

grâce aux conseils et aux décisions de mon fils aîné que l'activité est plus rentable qu'avant. Donc, pour moi, leurs avis comptent. (R4-3)

D'autre part, les normes et les codes traitent d'une certaine aptitude à se tenir et à gérer un environnement de marché (savoir-être) : « C'est ma tante et ma grande sœur qui m'ont formée sur comment il faut se comporter avec un client, comment il faut faire ça ou ça. Bref, c'est elles qui m'ont tout appris. » (R2-3)

Toutes ces normes transmises par les aînées et intériorisées par les cadettes et cadets sont porteuses d'une identité culturelle déterminante dans l'acte d'entreprendre et qui constitue une spécificité, un élément symbolique de distinction et de reconnaissance sociales.

3.1.2 Une transmission contraignante

Processus d'une socialisation, la transmission des normes, codes et valeurs dans l'acte entrepreneurial des aînées vers les cadettes et cadets se pratique bien souvent sous l'effet de la coercition. Lors des entretiens, les répondantes avancent que c'est un devoir pour elles de perpétuer ce savoir-faire entrepreneurial pour s'autoriser plus d'autonomie dans leur parcours de femmes au foyer. L'assimilation et l'intériorisation de ces codes qui encadrent l'activité n'allant pas forcément de soi, il revient aux aînées d'en assurer la régulation. Ce processus d'apprentissage est contraignant, car il s'agit de l'adoption de normes de conduite pour les jeunes. Cela vient ainsi répondre aux enjeux d'inaction, de déscolarisation, de chômage et de vulnérabilité économique auxquels la jeune fille ou le jeune homme font parfois face.

Il est à noter que l'idée d'entreprendre pour ces femmes apparaît comme une nécessité de concilier leur vie familiale et leur vie professionnelle. Retenons qu'elle a pour but de forger l'identité de l'apprenante et de perpétuer une tradition « ancestrale » ancrée culturellement. Elle s'inscrit donc dans un processus de socialisation entrepris bien avant par des membres de la famille. En ce sens, une répondante avance : « Dans la famille, on a toujours été de grandes commerçantes. Ça n'a pas commencé avec nous, hein... C'est la vieille [la grand-mère] qui nous a tous formés, au fait. Elle nous disait : c'est par rapport à demain. » (R4-1)

Vecteur d'une socialisation primaire, le groupe familial représente pour ces femmes le milieu par excellence de formation, d'apprentissage et d'intériorisation des normes et des codes qui encadrent l'activité entrepreneuriale. Ces valeurs leur sont de fait transmises par la famille, qui entend par là déterminer l'image d'elle qu'elle souhaite faire voir au reste de la société. Ainsi, ces femmes deviennent des « ambassadrices » d'un héritage culturel entrepreneurial qu'elles se doivent non seulement de perpétuer, mais aussi d'assurer par la transmission auprès des générations futures.

Outre la transmission de valeurs entrepreneuriales des aînées aux cadettes et cadets, transmission qui prend parfois des allures coercitives, notons également la volonté de certaines répondantes à reproduire les comportements de leurs parents, assumant par-là l'identité dont elles sont le fruit : « Oui, c'est ma tante et ma grande sœur qui sont de grandes couturières. J'ai voulu être comme elles. » (R1-1)

De façon contraignante ou voulue, la capacité des femmes d'entreprendre est donc liée à l'environnement et aux capacités entrepreneuriales des membres de la cellule familiale. Ces capacités dont disposent les générations actuelles perpétuent manifestement la « tradition familiale entrepreneuriale ».

3.2 Sens de la responsabilité sociale construite autour des besoins sociaux et physiologiques de la famille

La pratique entrepreneuriale à domicile des Abidjanaises répond à une problématique de déséquilibre social, marqué autant par la déscolarisation que le manque d'emplois et les autres formes de vulnérabilité économique. Certes, la perpétuation de l'esprit d'entreprendre chez nos participantes apparaît comme une exigence sociale au regard des caractéristiques identitaires qu'elle recouvre.

Les déclinaisons sociales générées par la responsabilité dont font preuve ces femmes dans la production de leurs activités à domicile sont multiples et se traduisent sous plusieurs aspects, dont il importe ici de fournir quelques détails.

3.2.1 Une autonomie relationnelle recherchée

Nous entendons par *autonomie relationnelle* le procédé social par lequel ces femmes, qui mènent ces activités génératrices de revenus, se construisent une identité de commerçante. Leur identité personnelle se construit en fonction des relations sociales qu'elles entretiennent :

Jusqu'à aujourd'hui, les premiers clients que j'ai eus dans ce métier sont encore là et ils m'emmènent encore des clients. [...] Mon mari est là, il me soutient comme il le peut. Souvent, il repasse les habits des clients. Ma fille aussi. Souvent, elle met les boutons, les choses comme ça. (R1-1)

Cela suppose en d'autres termes que l'interdépendance sociale joue un rôle non seulement dans la construction de l'identité de commerçante, mais aussi dans la possibilité d'action et d'autonomie. Cette autonomie, qui ne se résume pas seulement à la disposition de ressources financières, est, dans bien des cas, contributive de l'équilibre social familial et des processus décisionnels qui lui sont endogènes :

C'est de ne rien faire qui n'est pas bon. Malgré que je ne gagne pas assez d'argent, les gens me respectent. En famille aussi, on m'accorde beaucoup de respect. Même mon mari, quand il veut prendre une décision, il demande mon avis. (R5-1)

Cela montre que les bénéfices de l'activité entrepreneuriale responsable ne sont pas que d'ordre pécuniaire. Ils se présentent parfois sous des formes abstraites et prennent des proportions beaucoup plus importantes, que Bourdieu (1980) pourrait qualifier de capital social (p. ex., l'honneur, la distinction et le prestige). Dans le cas de nos participantes, il s'agit d'une catégorie d'acteurs antérieurement moins vue socialement au regard de la nature de leurs activités, composées de petits commerces de détail ou de services. Par leurs activités économiques à domicile, ces femmes tentent de se repositionner au premier plan en alliant vie professionnelle et vie familiale. Cette initiative aux enjeux d'abord socioculturels, puis économiques, vise à satisfaire la réduction des inégalités d'un monde longtemps dominé par les hommes.

3.2.2 Le canal d'une gouvernance partenariale

Nous résumons la gouvernance partenariale à un processus social de coordination des compétences de chaque acteur ou groupe d'acteurs dans le système de production de l'entreprise à domicile. Cette approche participative prend sa source dans la théorie des parties prenantes.

Dans notre étude, ce processus social prend son origine dans l'identification par les membres de la famille de la femme entrepreneure en tant que modèle favorisant le bien-être familial en leur faisant profiter des retombées de l'activité par la rétribution ou la prise en compte de certaines charges domestiques. Aussi, le comportement responsable que l'entrepreneure manifeste à l'endroit de ses proches ne fait que renforcer leur engagement moral.

L'intérêt d'une telle approche dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin à domicile vient de la volonté des membres du ménage à démontrer que de multiples centres d'intérêt dépassant très souvent la dimension purement économique sont privilégiés. Il convient donc de ne pas privilégier l'intérêt économique de la femme créatrice de l'activité au détriment de celui des autres membres de la famille (conjoint, enfants, frère/sœur, etc.) qui contribuent également à la production économique. De ce fait, l'entrepreneure s'évertue à œuvrer à l'équilibre social de la famille en satisfaisant les attentes et les demandes des autres membres. Il serait inconcevable de réduire les attentes et préoccupations des autres membres à la « chef entrepreneure », car la recherche de l'équilibre social de la famille implique que chaque membre contribue à satisfaire les objectifs d'opportunité de l'activité entrepreneuriale. Tout comportement des membres allant dans le sens contraire pourrait s'avérer contreproductif et affecterait l'équilibre recherché.

Par ailleurs, notons que le domicile apparaît comme un lieu d'apprentissage d'un savoir-faire censé porter les marques de l'identité entrepreneuriale de la femme, qu'il importe de promouvoir dans la famille pour encourager l'implication. Ce savoir-faire participe à l'équilibre de la famille par l'implication en synergie des autres membres du ménage, si bien que les profits et revenus obtenus sont réinvestis pour la satisfaction des besoins de première nécessité :

Je ne peux pas gâter leur nom². Dans la maison, ici, tout le monde m'aide. Quand mon mari est là et qu'il voit que je suis occupée, lui-même il va servir les clients... Ça me permet de couvrir les petites dépenses de la maison. Je n'ai donc pas besoin d'attendre mon mari pour ça. (R2-1)

Au vu de ce qui précède, aborder la question de la gouvernance partenariale dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin à domicile, c'est donc, dans un premier temps, reconnaître l'implication des membres du ménage dans le système de production de l'activité entrepreneuriale. Ces derniers apparaissent comme des actionnaires ou des personnes salariées de l'entreprise, selon leur niveau d'intervention. Ensuite, c'est s'assurer que les tâches tacitement ou explicitement affectées aux membres convergent vers un même but, tel qu'il est défini par les entrepreneures.

3.2.3 La prénance du domicile

Dans notre étude, le domicile occupe une place importante dans la structuration de l'activité entrepreneuriale. Plus qu'un symbole, il constitue l'espace où se conjuguent vie familiale et vie entrepreneuriale. Cet état de fait est marquant pour la RSE, dans la mesure où il confère à la femme entrepreneure la responsabilité d'honorer ses exigences sociales vis-à-vis de son environnement entrepreneurial, dont le domicile est le réceptacle. Cette responsabilité confère à ces entrepreneures une sédentarité qui favorise une prompt intervention quant aux préoccupations qui incombent à leurs divers statuts (épouse, mère, etc.) : « Le fait de faire mon commerce à la maison me permet d'avoir l'œil sur tout en même temps. Si mon mari ou mes enfants ont besoin de moi, je suis déjà là. » (R2-2)

Sous d'autres aspects, la prénance du domicile dans le rapport à la clientèle accroît la qualité de la prestation de services. La clientèle est à proximité du domicile et intervient sans cesse sur la qualité du service proposé. Par ailleurs, le domicile affranchit ces entrepreneures d'une précarité d'installation, ce qui par conséquent a un impact positif sur la représentation populaire de la qualité de la prestation offerte dans la relation de marché : « Quand tu travailles chez toi à la maison, le client a plus confiance en toi. » (R2-3)

Vecteur d'une relation de confiance commerçante/clientèle, la prénance du domicile met à forte évaluation les compétences et la crédibilité de l'entrepreneure et, par extension, de façon implicite, celles des autres membres du domicile qui lui sont contributifs.

Le domicile contribue également à offrir une opportunité de se sortir de la précarité économique. Les inégalités dont sont victimes les femmes dans l'accès à l'obtention de financement en vue d'accéder à une vie professionnelle épanouie sont au cœur des perspectives entrepreneuriales. Les répondantes entendent par-là réparer un « tort » socialement commis qui leur accorde moins de visibilité dans la société. Cette visibilité réduite, légitimée par les cultures traditionnelles qui placent l'homme au premier plan, constitue une inégalité entre l'homme et la femme, que reproduit à son tour la société moderne.

Outre les projets de réduction des inégalités, l'acte d'entreprendre pour ces femmes va de pair avec leurs objectifs d'autonomie et de réalisation. Ainsi, elles deviennent non seulement contributives des charges du domicile, mais elles restaurent une image qui avait été socialement réduite, comme l'exprime une répondante : « C'est mon commerce qui me permet de faire ça. C'est vrai que mon mari est là, mais je ne suis plus obligée de l'attendre pour faire quoi que ce soit. C'est tout ce que je veux. » (R5-1)

3.2.4 Le domicile familial comme un facteur de perpétuation de l'activité entrepreneuriale des Abidjanaises

Le processus de socialisation entrepreneuriale qui tient compte de l'intériorisation des procédés, des normes et des codes de conduite se donne pour vocation de perpétuer la tradition entrepreneuriale entretenue dans le cadre familial, en assurant la transmission aux générations futures, comme le souligne une participante :

Je veux que ma fille soit fonctionnaire de l'État, mais aussi il faudrait lui montrer comment on cherche l'argent. Aujourd'hui, on peut compter sur une seule chose : c'est de mener d'autres activités pour se procurer des revenus supplémentaires... Ça va vraiment l'aider. (R4-1)

L'entrepreneuriat féminin à domicile contribue à un climat de coopération, de partage et de transmission de valeurs. Il est un pourvoyeur de métier et stimule chez ces entrepreneures la résilience à la précarité. En créant et en développant leurs activités entrepreneuriales informelles, ces entrepreneures brisent les barrières et les stéréotypes, et se positionnent comme un maillon essentiel du système de production national.

Certes, les capitaux qu'elles investissent dans leurs activités sont modestes, mais les objectifs associés à de tels investissements n'ont pas nécessairement pour but de faire du profit économique à grande échelle :

Ça nous permet de réagir face aux difficultés. Si par exemple ton enfant vient te dire qu'il n'a pas de cahier ou bien il y a un petit problème ici à la maison, tu ne vas pas attendre d'abord que ton mari rentre le soir. (R2-3)

Ces objectifs visent d'abord, par l'adoption de pratiques responsables, à promouvoir l'équilibre social familial, à venir économiquement à bout des besoins de première nécessité et, enfin, à transmettre un savoir-faire aux générations futures par le biais de la socialisation. Par ailleurs, cela leur procure un savoir-faire et réduit l'inactivité et tous les vices qui lui sont associés : « J'ai toujours dit à mes amies d'entreprendre. Ça fait que tu es toujours occupée, que tu t'en sors. Tu n'as pas le temps d'aller t'asseoir chez ta camarade pour critiquer les gens. » (R4-4)

Les entretiens révèlent que l'entrepreneuriat féminin à domicile se donne pour objectif, d'une part, de réduire la vulnérabilité économique à laquelle la femme au foyer fait face. D'autre part, il fait le pari du développement d'un type d'activité entrepreneuriale inhérent au parcours de vie de la femme.

4. Discussion

À partir de l'étude que nous avons menée, il semble que les comportements coopératifs et responsables développés par les femmes entrepreneures à domicile sont favorables à la perpétuation des activités de façon générale et en particulier à Abidjan, en Côte d'Ivoire. Nous soutenons, à la lumière de nos principaux résultats, l'idée selon laquelle les comportements et attitudes sont déterminés en partie par les pratiques de gouvernance socialement responsables.

Nos résultats montrent que le statut de femme à la tête du domicile confère une certaine notoriété et engendre des comportements coopératifs. L'importance accordée aux femmes entrepreneures contribue à la création d'un sentiment de reconnaissance qui stimule la coopération et le transfert d'apprentissage entrepreneurial. Ce résultat confirme l'idée selon laquelle un statut entrepreneurial est désormais un atout pour réduire les clivages et les stéréotypes à l'endroit des femmes (Carrier et collab., 2006).

Pour Laurice (2016), les femmes ne sont plus cantonnées dans un rôle traditionnel dans la société (mère, femme au foyer, etc.). Elles développent des compétences entrepreneuriales qui leur permettent de concilier plus facilement la vie familiale et la vie professionnelle. Elles sont appelées à jouer un rôle dans la création d'entreprises afin de s'impliquer dans la recherche de revenus permettant de subvenir aux besoins de la famille, en appoint de la contribution des hommes (Simen et Diouf, 2013). Au-delà de cet aspect, le statut de femmes entrepreneures leur permet également de mettre en exergue leur talent en matière d'innovation et de prise de risque. À travers son éducation portée par l'esprit de persévérance et de solidarité dans le milieu familial, la femme est plus encline à prendre des risques dans ses activités entrepreneuriales (Badia et collab., 2013).

D'autre part, nos résultats suggèrent que l'autonomie et l'accès aux revenus que procure l'activité entrepreneuriale améliorent la capacité à collaborer entre les membres de la famille. Les comportements associés à l'apprentissage organisationnel et à l'interaction des compétences des acteurs et actrices paraissent déterminés par le degré d'autonomie des femmes dans la sphère familiale. Les entrepreneures compensent l'absence d'un espace commercial par l'appropriation du domicile comme lieu d'exercice de l'activité. Ce résultat fournit un éclairage sur les stéréotypes qui confinent les femmes dans un rôle domestique. Dans la littérature, ces difficultés ont été expliquées par l'absence de politique d'implication ou d'encadrement des instances politiques et gouvernementales. Pour preuve, en Côte d'Ivoire, cet entrepreneuriat n'est pas formalisé par un cadre légal puisqu'à ce jour il n'existe aucune disposition légale relative aux activités lucratives à domicile. Même la *Loi n° 2014-140 portant orientation de la politique nationale de promotion*

des petites et moyennes entreprises élude cette question. Ce manque de reconnaissance fait en sorte que les femmes investissent dans des secteurs beaucoup moins productifs. Par contre, elles ont la particularité d'apporter une dimension plus sociale et humaine à leur entreprise (Santoni, 2016).

Les entrepreneures recherchent avant tout d'être leur propre patron, de la reconnaissance extérieure, de saisir une opportunité et d'exercer de l'influence sur la famille ou l'entourage (Carrier et collab., 2006). Le fait qu'il n'y ait pas de communication explicite autour de l'activité entrepreneuriale à domicile fait qu'elle se confond souvent avec les tâches domestiques. Or, cette activité constitue un levier important d'apprentissage dans l'action.

En définitive, les résultats de notre recherche suggèrent la nécessité d'accorder une attention particulière au capital social et au contexte organisationnel dans lequel se déroule l'activité entrepreneuriale. Ainsi, la perpétuation des activités entrepreneuriales à domicile serait déterminée par la capacité des entrepreneures à entretenir un processus d'apprentissage organisationnel. Ces résultats s'avèrent importants dans le domaine du management entrepreneurial, dans la mesure où ces expériences à domicile révèlent des normes de pratique.

Conclusion

Notre étude part de l'intérêt de se détacher de l'approche traditionnelle de l'entrepreneuriat, qui s'est longtemps défini par la recherche de profits et par une finalité lucrative. L'entrepreneuriat féminin responsable dans un contexte de domicile à Abidjan permet de mettre en évidence que le prisme de l'approche traditionnelle n'est pas pertinent dans tous les cas. À travers une analyse de contenu du discours, l'accent est mis dans un premier temps sur le caractère culturel de l'acte d'entreprendre de ces femmes. Ce volet culturel présente la famille comme le milieu par excellence d'une socialisation entrepreneuriale, ensuite perpétuée de manière intergénérationnelle. À travers la prise en compte d'une politique en RSE, consubstantielle d'une gouvernance partenariale dans l'acte d'entreprendre à domicile, une attention est accordée aux membres du ménage contributif de la productivité de l'entreprise à domicile.

Généralement distancié des politiques d'aide et d'accompagnement des structures publiques et des organisations internationales, ce type d'entrepreneuriat préconise de mener des politiques propices à la création d'emplois et de garantir à toutes les femmes les ressources nécessaires à une réelle autonomisation.

La mise en évidence des déterminants à la structuration des activités entrepreneuriales à domicile participe à une meilleure compréhension de l'écosystème de l'auto emploi. En effet, le domicile apparaît comme un marqueur puissant parce qu'il véhicule les identités entrepreneuriales des femmes. L'entrepreneuriat à domicile s'inscrit dans un style de management de proximité qui s'articule autour des valeurs que sont le respect de la famille, la prudence dans la gestion des fonds de l'activité ainsi que l'implication de tous les membres du ménage, y compris le conjoint.

Dans ce contexte, l'entrepreneuriat peut être un levier d'apprentissage, c'est-à-dire un processus d'échange et de coopération. Les femmes entrepreneures à domicile forment les plus jeunes générations aux pratiques entrepreneuriales. Une telle approche s'insère dans des pratiques de mentorat et de réseaux de soutien familial facilitant le transfert d'expériences et la perpétuation des activités entrepreneuriales. Le plafond de verre dont sont victimes les femmes dans le milieu de travail pourrait les orienter vers un entrepreneuriat à domicile.

Limites

Les limites de notre étude se situent sur trois plans. D'abord, notre échantillon (n=16) couvre exclusivement Abidjan, la capitale économique de la Côte d'Ivoire, ce qui est peu représentatif de l'ensemble des autres villes du pays. Ensuite, notre étude s'intéresse uniquement aux femmes exerçant dans le secteur informel, alors que le domicile peut servir de cadre pour formaliser l'activité entrepreneuriale. Enfin, il serait intéressant de solliciter, dans une étude empirique, des regards croisés des deux parties; d'une part, le réseau familial et, d'autre part, la femme entrepreneure à domicile.

Pistes de recherche

Pour un meilleur approfondissement, des études pourraient s'intéresser à une bonne représentativité des femmes dans les zones rurales, où leur activité à

domicile est plus prégnante. Le cadre méthodologique pourrait s'orienter vers des études statistiques pour la construction d'un modèle plus représentatif. Par ailleurs, une étude sur la transmission de savoir-

faire à la jeune génération pourrait mettre en évidence le lien entre l'entrepreneuriat féminin et l'apprentissage organisationnel.

NOTES

- 1 Les associations tontinières interviennent dans un contexte où les banques n'interviennent pas. Elles sont constituées de groupes d'amis, de la famille, de collègue ou du voisinage.
- 2 Colporter des mensonges sur quelqu'un.

RÉFÉRENCES

- Aoki, M. (2000). Information and governance in the Silicon Valley model. Dans X. Vives (dir.), *Corporate governance: Theoretical and empirical perspectives* (p. 169-200). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175333.006>
- Ba, S. (2019). La religion, une ressource pour l'entrepreneuriat féminin au Sénégal. *Sociologies pratiques*, 2(39), 133-144. <https://www.cairn.info/revue-sociologies-pratiques-2019-2.htm>
- Badia, B., Brunet, F. et 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*, 4(208), 7-57. <https://www.cairn.info/revue-recherche-sociale-2013-4.htm>
- Bardin, L. (2013). *L'analyse de contenu* (2^e éd.). PUF.
- Bony, N. K., Tiéfffi, H. G. R. et Diarra, L. (2021). Utilité perçue de la formation de l'entreprise selon le niveau d'études et l'auto efficacité entrepreneuriale des femmes entrepreneures à Abidjan (Côte d'Ivoire). *Revue africaine de management*, 6(1), 53-67. <https://revues.imist.ma/index.php/RAM/article/view/24911>
- Borges, C., Simard, G. et Filion, J. (2005). *Création d'entreprises – femmes entrepreneures* [rapport de recherche]. HEC Montréal. http://web.hec.ca/creationentreprise/CERB_Backup-12-mai-2008/pdf/2005-17-CEFEDonneesA.pdf
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 3, 2-3. www.persee.fr/doc/ars_0335-5322_1980_num_31_1_2069
- Boussoura, E. et Benslimane, O. Z. (2015, juin). *Responsabilité sociale de l'entreprise et performance organisationnelle : quelle convergence?* Communication présentée à la XXIV^e Conférence internationale de management stratégique de l'AIMS, Paris.
- Brush, C. G., De Bruin, A. et Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>
- Carrier, C., Julien, P.-A. et Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, 31(2), 36-50. <https://doi.org/10.3917/riges.312.0036>
- Chabaud, D. et Lebègue, T. (2013). Femmes dirigeantes en PME : bilan et perspectives. *Revue interdisciplinaire management, Homme & Entreprise*, 3(7), 43-60. <https://www.cairn.info/revue-rimhe-2013-3.htm>
- Charreaux, G. et Pitol-Belin, J.-P. (1991). Conseil d'administration et pouvoirs dans l'entreprise. *Revue d'économie financière*, 31, 49-79. <https://doi.org/10.3406/ecofi.1994.2103>
- Charreaux, G. et Wirtz, P. (2007). *Gouvernance des entreprises : nouvelles perspectives*. Economica.
- Dutta, S. et Banerjee, S. (2011). Ethical practices towards employees in small enterprises: A quantitative index. *International Journal of Business Management & Economic Research*, 2(3), 205-221. <http://ijbmer.com/docs/volumes/vol2issue3/ijbmer2011020302.pdf>
- Dupuis, J.-C. et Le-Bas, C. (2007). Les PME et la responsabilité sociale des entreprises. *Revue internationale P.M.E.*, 20(3-4), 7-15. <https://doi.org/10.7202/1008521ar>
- Fayolle, A. (2010). Organisation entrepreneuriale et orientation vers les opportunités : un cadre intégrateur. *Revue française de gestion*, 7(206), 149-169. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2010-7-page-149>

- Fonds de développement des Nations unies pour la femme (UNIFEM). (2009). *Rapport annuel 2008-2009*. UNIFEM. http://www.albacharia.ma/xmlui/bitstream/handle/123456789/30825/0590UNIFEM%20Rapport%20Annuel%20%202008_2009.pdf?sequence=1
- Gianfaldoni, P., Colletis, G. et Richez-Battesti, N. (2005). Économie sociale et solidaire, territoires et proximité. *Revue internationale de l'économie sociale*, 296, 8-25. <https://doi.org/10.7202/1021859ar>
- Glidja, B. J. M. (2019). Les déterminants du succès de l'entrepreneuriat féminin au Bénin, le rôle modérateur de l'appui institutionnel : cas de la WBPC. *Gestion 2000*, 36(2), 39-59. <https://bec.uac.bj/uploads/publication/4c80897e128430cbf7ef3be78f2b23e6.pdf>
- Gond, J.-P. (2006). Construire la relation (positive) entre performance sociétale et financière sur le marché de l'ISR : de la performance à l'autoréalisation ? *Revue d'économie financière*, 85, 63-79. <https://doi.org/10.3406/ecofi.2006.4143>
- Gond, J.-P. et Igalens, J. (2012). *La responsabilité sociale de l'entreprise*. PUF.
- Guérin, I. et Servet, J.-M. (2005). L'économie solidaire entre le local et le global : l'exemple de la microfinance. *Revue internationale de l'économie sociale*, 296, 83-99. <https://doi.org/10.7202/102>
- Institut national de la statistique (INS). (2019). *Enquête nationale sur la situation de l'emploi et le secteur informel*. République de Côte d'Ivoire.
- Lambrecht, J., Pirnay, F., Amedodji, P. et Aouni, Z. (2003). *Entrepreneuriat féminin en Wallonie*. Centre de recherche PME et d'entrepreneuriat de l'Université de Liège et Centre d'études pour l'entrepreneuriat.
- Laurice, A. (2016). Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre. *Revue de l'entrepreneuriat*, 15(3), 109-127. <https://doi.org/10.3917/entre.153.0109>
- Leclair, A. et Redien-Collot, R. (2013). L'intention entrepreneuriale des femmes : le cas de l'Égypte. *Revue internationale P.M.E.*, 26(1), 93-113. <http://dx.doi.org/10.7202/1024272ar>
- Léger-Jarniou, C., Nelson, T. et Chasserio, S. (2015). Research on women entrepreneurs: Putting the French-speaking perspective into context. *Revue de l'entrepreneuriat*, 14(3), 7-17. <https://doi.org/10.3917/entre.142.0007>
- Le Loarne-Lemaire, S. (2013). Le couple, pilier de l'entrepreneuriat au féminin. *Expansion Management Review*, 1(148), 109-116. <https://doi.org/10.3917/emr.148.0109>
- Mebtoul, M., Olive, J.-L. et Campergue, C. (2010). *Le soin sociomorphe*. Presses universitaires de Perpignan.
- Meier, O. et Schier, G. (2008). Quelles théories et principes d'actions en matière de gouvernance des associations ? *Management & Avenir*, 6(20), 179-198. <https://doi.org/10.3917/mav.020.0179>
- Metaiche, F. T. et Bendiabdellah, A. (2016). Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! *Marché et organisations*, 2(26), 219-240. <https://doi.org/10.3917/maorg.026.0219>
- Miles, M. B. et Huberman, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives* (2^e éd.). De Boeck Supérieur.
- Mione, A. (2002, octobre). *Comparaison des femmes entrepreneurs France-Canada*. Actes du 6^e Congrès international francophone sur la PME, Montréal. <http://www.airepme.org/images/File/2002>.
- Mione, A. (2004, mars). *CIGALINE, entre affectivité, efficacité et efficacité : bilan des cinq premières années de vie de l'unique Club d'investissement pour la gestion alternative de l'épargne solidaire, au féminin*. Communication présentée lors du 7^e CIFEPME, Montpellier.
- Nkakleu, R. (dir.) (2018). *Accompagnement des petites entreprises au Cameroun et au Sénégal : compétences des dirigeants et performance*. Éditions EMS.
- Nordman, C. J. et Vaillant, J. (2014). Entrepreneuriat informel et genre à Madagascar : le rôle des normes de solidarité et des responsabilités domestiques dans les écarts de performances. *Mondes en développement*, 2(166), 59-72. <https://doi.org/10.3917/med.166.0059>
- Onana, F. X. (2009, mai). *Les motivations des femmes à entrer en affaires au Cameroun*. Communication présentée lors des 11^{es} Journées scientifiques du Réseau entrepreneuriat de l'AUAF. Trois-Rivières (Canada).
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). (2014). *Les femmes et l'entreprise 2014 : accélérer le développement de l'entrepreneuriat dans la région Afrique du Nord et Moyen-Orient*. OCDE. <https://www.oecd.org/fr/publications/les-femmes-et-l-entreprise-2014-9789264227521-fr.htm>
- Paradas, A., Debray, C., Revelli, C. et Courrent, J.-M. (2013). Les femmes dirigeantes de PME ont-elles des pratiques de RSE spécifiques ? *Recherches en sciences de gestion*, 4(97), 187-207. <https://doi.org/10.3917/resg.097.0187>

-
- Persais, É. (2013). RSE et gouvernance partenariale. *Gestion 2000*, 30(1), 69-86. <https://www.cairn.info/revue-gestion-2000-2013-1-page-69.htm>
- Peyroux, C., Bories-Azeau, I., Fort, F. et Noguera, F. (2019). Gouvernance partenariale des structures d'accompagnement et dynamique entrepreneuriale territoriale. *Revue internationale P.M.E.*, 32(3-4), 175-205. <https://doi.org/10.7202/1067737ar>
- Postel, N. et Rousseau, S. (2008). RSE et éthique d'entreprise : la nécessité des institutions. *M@n@gement*, 11(2), 137-160. <http://dx.doi.org/10.3917/mana.112.0137>
- Redien-Collot, R. et Léger-Jarniou, C. (2018). Retard de la RSE des PME françaises? La prudence et le discours éthique hybride des dirigeantes de PME de forte croissance. *Revue de l'entrepreneuriat*, 17(2), 7-33. <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2018-2.htm>
- Roussel, P. et Wacheux, F. (2006). *Management des ressources humaines*. De Boeck Supérieur.
- Santoni, J. (2016). Spécificités, obstacles et levier potentiel de l'entrepreneuriat des femmes : état des littératures francophone et anglophone. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 22(54), 207-228. <https://doi.org/10.3917/rips1.054.0207>
- Santoni, J. et Barth, I. (2014). Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin : cas d'un centre entrepreneurial au sein d'une business school. *@GRH*, 2(11), 81-113. <https://doi.org/10.3917/grh.142.0081>
- Simen, S. et Diouf, I. D. (2013, mai). *Entrepreneuriat féminin au Sénégal : vers un modèle entrepreneurial de « nécessité » dans les pays en développement*. Communication présentée lors du Congrès du CAM, Dakar. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01782047>
- St-Pierre, J. et Cadieux, L. (2011). La conception de la performance : quels liens avec le profil entrepreneurial des dirigeants de PME? *Revue de l'entrepreneuriat*, 1(10), 33-52. <https://doi.org/10.3917/entre.101.0033>
- Tchouassi, G., Ngwen, N., Oumbe, H. T. et Temfack, S. (2018). Connaissances entrepreneuriales des jeunes et des femmes et développement économique. *Revue internationale des sciences de l'organisation*, 1(5), 57-79. <https://doi.org/10.3917/riso.005.0057>
- Vier-Machado, H. et Rouleau, L. (2002, octobre). *Identité sociale et entrepreneuriat féminin : étude comparative entre le Brésil et le Canada*. Communication présentée lors du 6^e Congrès international francophone sur la PME, Montréal. <http://www.airepme.org/images/File/2002>.
- Zouiten, J. et Levy-Tadjine, T. (2005, novembre). *Les femmes et les immigrants ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique?* Communication présentée lors du 4^e Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Paris. <http://entrepreneuriat.com/congres-aci/>