

Entrepreneuriat social féminin et mobilisation citoyenne : le rôle des groupements de promotion féminine dans la préservation de l'environnement et dans l'autonomisation des femmes

Mouhamadou Moustapha POUYE
Ministère de la santé et de l'action sociale (MSAS)

Samba DIOUF
Université Cheikh Anta Diop de Dakar

samba23.diouf@ucad.edu.sn

Cyrille Gabriel Djilène BASSÈNE
Centre Régional de Recherche et de Formation à la Prise en Charge Clinique (CRCF)

Résumé. Dans son sens classique ou, du moins, dans sa conception économique, l'entrepreneuriat est conçu comme une activité ayant pour finalité la génération de revenus à des fins individuelles. Mais, cette conception restreint davantage le champ de l'entrepreneuriat qui peut, dans une certaine mesure, mobiliser des forces citoyennes diverses afin de subvenir aux besoins de la communauté. C'est tout à fait dans cette perspective qu'il faut inscrire et comprendre l'entrepreneuriat social féminin qui mobilise les femmes dans des cadres collectifs comme les groupements de promotion féminine (GPF) pour résoudre efficacement des besoins sociaux. À ce titre, l'objectif de cet article est de décrire et comprendre les différentes dynamiques collectives qui se dessinent autour de l'entrepreneuriat social féminin ainsi que son rôle dans la préservation de l'environnement et dans l'autonomisation financière des femmes. Cet article s'appuie sur les résultats d'une étude qualitative menée au Sénégal, particulièrement dans la commune de Hann Bel Air entre 2019 et 2021. L'association féminine et environnementale de Hann Bel Air en était la principale cible. En termes de résultats, il ressort de cette étude que les GPF ont joué un rôle déterminant dans la lutte contre l'insalubrité sur la baie de Hann, cela à travers des mobilisations citoyennes telles que les *set-setal* et la fabrication de pavés en plastiques. En outre, l'entrepreneuriat social féminin à travers des GPF est une véritable panacée à l'autonomisation des femmes grâce à des stratégies d'épargne et de thésaurisation des fonds.

Mots-clés : Entrepreneuriat social, Groupement de promotion féminine, Mobilisation citoyenne, autonomisation des femmes, environnement, autonomisation des femmes

Abstract. In its classic meaning, or at least in its economic conception, entrepreneurship is conceived as an activity aimed at generating income for individual purposes. However, this concept further restricts the scope of entrepreneurship, which can, to a certain extent,

mobilise diverse civic forces to meet the needs of the community. Women's social entrepreneurship, which mobilises women within collective frameworks such as women's promotion groups (GPFs) to effectively resolve social needs, should be seen and understood in this light. As such, the aim of this article is to describe and understand the various collective dynamics emerging around women's social entrepreneurship and its role in preserving the environment and empowering women financially. This article is based on the results of a qualitative study conducted in Senegal, specifically in the commune of Hann Bel Air between 2019 and 2021. The main target was the Hann Bel Air women's and environmental association. The results of the study show that the GPFs have played a decisive role in the fight against insalubrity in Hann Bay, through citizen mobilisations such as set-setal and the manufacture of plastic paving stones. In addition, women's social entrepreneurship through GPFs is a real panacea for the fight against poverty.

Keywords : Social entrepreneurship, Groupement de promotion féminine, Citizen mobilisation, women's empowerment, environment

Introduction

Dans sa conception économique, l'entrepreneuriat est conçu comme une activité ayant pour finalité la génération de revenu à des fins individuelles. Mais, cette conception restreint davantage le champ de l'entrepreneuriat. En effet, au-delà de l'objectif de générer des revenus à des fins individuelles, l'entrepreneuriat peut constituer un palliatif permettant de subvenir aux besoins des membres d'une entreprise ou d'une communauté en général. C'est toute la signification qu'il faut donner à l'entrepreneuriat social. Ce dernier est une activité entrepreneuriale dont les revenus et ressources générés sont réinvestis dans la société au profit de l'intérêt général. Il s'agit, en fait, d'un entrepreneuriat à finalité sociale.

Au Sénégal, l'entrepreneuriat social s'opère dans divers cadres tels que les groupements de promotion de féminine qui inscrivent très souvent leur agir (activités) entrepreneurial dans une perspective à finalité sociale. Néanmoins, force est de reconnaître qu'analyser l'entrepreneuriat féminin dans le contexte social sénégalais nécessite une prise en compte des considérations de genre qui en constituent d'ailleurs le soubassement. En effet, dans la société et, plus particulièrement dans la société wolof, la répartition des tâches entre hommes et femmes remonte à l'époque protohistorique où l'activité principale était l'agriculture¹⁴⁰. Dans cette société, la femme assure la reproduction du groupe social. Sous ce rapport, le devenir des enfants et par extension celui du groupe social sont placés sous la responsabilité du lignage utérin. C'est sous cet angle qu'il faut d'ailleurs inscrire et comprendre l'adage wolof qui dit : *Ligéyu ndey añu dóomla*¹⁴¹.

Par ailleurs, cette fonction sociale de la femme a connu une évolution d'autant plus qu'elles investissent désormais des domaines qui étaient dévolus aux hommes. Il en est ainsi de l'entrepreneuriat qui constitue le domaine de prédilection des femmes dans l'économie informelle sénégalaise. Se basant sur des modes d'organisation traditionnels comme les *mbootay* et les *natt*¹⁴², les activités entrepreneuriales des femmes sénégalaises se font souvent dans un cadre collectif. Il en est ainsi des femmes de la commune de Hann Bel Air (Dakar) qui s'organisent dans des dynamiques collectives telles que l'association féminine environnementale de Hann Bel Air dont la naissance s'inscrit dans un contexte historique particulier.

En effet, en 1998, l'artiste rappeur BIG-D a décidé de faire son clip sur la plage de Hann pour décrier l'insalubrité sur la baie de Hann et parmi les paroles qu'il répétait on a : « *Yarah dafa saleté suma néxé ma bolé* »¹⁴³. Cela a ainsi attiré la colère des populations

¹⁴⁰ A. B. DIOP, 1985, *La famille wolof. Tradition et changement*, Paris, Karthala, p. 245.

¹⁴¹ La réussite et l'avenir de l'enfant sont tributaires du travail qu'a abattu la mère dans le domicile conjugal

¹⁴² Traditionnellement, les *mbootay* et *natt* regroupent des femmes qui font des cotisations périodiques en vue de préparer d'éventuels événements (baptême, mariage, etc.) ou de subvenir à certains besoins des membres.

¹⁴³ Yarakh est sale et j'ai le droit de dénoncer.

de Hann qui se sont senties offensées par l'artiste. C'est ainsi qu'elles ont décidé d'interrompre le tournage, se disant que l'artiste ne fait que ternir l'image de leur localité. Après cette incidence, les femmes de Tableau Féraïl, quartier de la commune de Hann Bel Air, se sont réunies pour trouver une solution à l'insalubrité sur la baie de Hann. Sur cette lancée, elles ont eu l'idée de créer une association féminine dont le but est de lutter pour la cause environnementale. C'est ainsi que naquit l'Association Féminine et Environnementale de Hann Bel Air (AFEH).

Dans le cadre de cette étude, le choix porté sur l'Association féminine et environnementale de Hann Bel Air (AFEH) est lié au fait qu'elle pratique de l'entrepreneuriat social. Par définition, l'entrepreneuriat social est conçu comme toute activité entrepreneuriale qui met l'efficacité économique au service de l'intérêt général¹⁴⁴. Il est question d'une « *quête du dërëm avec le ngërëm* », c'est-à-dire une activité économique dont les revenus sont réinvestis dans le social, dans l'environnemental, en bref dans l'intérêt général¹⁴⁵.

Ainsi, cette communication se propose de décrire et comprendre les différentes pratiques entrepreneuriales qui se dessinent autour de l'entrepreneuriat social féminin, ainsi que le rôle de cette forme d'entrepreneuriat dans la préservation de l'environnement et dans l'autonomisation des femmes. Elle se décline en trois principales parties. La partie méthodologique aborde l'armature méthodologique mobilisée, notamment les différentes techniques et outils collectes et d'analyse utilisées. La deuxième partie passe en revue les principaux résultats de l'étude, tandis que la troisième partie propose une discussion des résultats.

1. Méthodologie

Cette étude a été menée dans la commune de Hann Bel Air de 2019 à 2021 et a été axée sur les activités entrepreneuriales de l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air (AFEH). Etant donné que l'étude visait à mettre en exergue le rôle de l'entrepreneuriat social, l'association féminine et environnementale a été choisie du fait qu'elle remplit pleinement les conditions de l'entrepreneuriat social. Dans le cadre de cette étude, une méthodologie de recherche qualitative a été mobilisée. Conformément à la méthodologie de recherche qualitative, les principales techniques de collecte de données que nous avons utilisées sont l'entretien semi-structuré, l'entretien en groupe ou focus group et l'observation directe. Ces techniques que nous avons réparti en fonction

¹⁴⁴ K. AREZKI et K. BENYAHIA, 2018, Entrepreneuriat social, cas d'étude : le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia, Mémoire de fin cycle, KASRI S. (dir.), Université Abderrahmane MIRA-BEJALA, p. 17.

¹⁴⁵ A. S. FALL et C. GUEYE, 2003, « Dërëm ak Ngërëm. L'argent, la grâce et la reconnaissance, les ressorts d'une économie sociale et solidaire en Afrique de l'Ouest », *Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités* (CRDC), n°26, p. 5.

des différentes catégories de cibles sont, en fait, concrétisées par des outils ou instruments qui nous permettent de recueillir directement les discours des acteurs afin de saisir les différentes formes d'explications qu'ils donnent à l'intention d'adhérer, à l'intention de se désaffilier et à l'intention de ne pas adhérer. C'est ainsi que pour l'entretien semi-structuré et l'entretien en groupe nous avons le guide d'entretien comme principal outil tandis que pour l'observation directe nous avons la grille d'observation. Une analyse de contenu a été effectuée et a permis de ressortir les éléments saillants de chaque entretien.

2. Résultats

2.1. Aperçu sur l'entrepreneuriat social

L'une des caractéristiques premières de l'entrepreneuriat social est l'existence d'une finalité sociale. Pour insister sur l'importance de cette finalité sociale dans le cadre d'une dynamique collective, R. CATTELL énonce que « tout groupe a son intérêt propre ». Ainsi, au moment où l'entrepreneuriat classique accorde la priorité à la quête du profit, l'entrepreneuriat social donne la primauté de la mission sociale ou à la finalité sociale d'autant plus que cette dernière est la raison d'être d'une entreprise sociale. De ce fait, les entrepreneurs sociaux mènent différentes formes d'activités économiques à finalité sociale et collective, c'est-à-dire qui convergent vers l'intérêt général et qui tendent vers la création de valeur sociale. F. JANSSEN, S. BACQ et F. BROUARD s'inscrivent dans cette même perspective en appréhendant l'entrepreneuriat social de la sorte : « l'entrepreneuriat social est le processus d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités visant la création de valeur sociale par le biais d'activités de marché commerciales et l'utilisation d'une vaste gamme de ressources »¹⁴⁶. A. BENTLEY, fondateur de la théorie des groupes, revient sur cette finalité sociale en montrant qu'il ne peut y avoir de dynamique collective sans finalité collective. Il affirme alors : « sans intérêt commun, point de groupe »¹⁴⁷.

Dans son rapport de 2012, le mouvement des entrepreneurs sociaux (MOUVES) a défini l'entrepreneuriat social en insistant sur la place de la finalité sociale. Dès lors, le MOUVES montre que « l'idée de l'entreprise sociale est simple et intuitive : utiliser l'entreprise et la création de richesse pour résoudre efficacement des besoins sociaux »¹⁴⁸. C'est dire que l'entrepreneuriat social ne se focalise pas seulement sur la génération de revenus comme fin en soi, mais il combine création de revenus et mission sociale afin de subvenir aux besoins vitaux de la communauté.

¹⁴⁶ F. JANSSEN, S. BACQ et F. BROUARD, 2012, « L'entrepreneuriat social : un thème pour la recherche passée, présente et future », *Revue internationale PME*, vol. 25, n° 3-5, p. 21.

¹⁴⁷ A. BENTLEY, 1949, *Le mécanisme du gouvernement*, Principia Press, p. 211.

¹⁴⁸ Rapport MOUVES, 2012, p. 8-9.

Cette idée de mission sociale permet également de comprendre que l'entrepreneuriat social s'inscrit dans la continuité de l'économie sociale et solidaire qui se caractérise par l'interdiction de l'appropriation individuelle des excédents ou bénéfices financiers. C'est ainsi que A. S. FALL et C. GUEYE classent les entrepreneurs sociaux dans la lignée des acteurs de l'économie sociale et solidaire. En cela, ils appréhendent l'économie sociale et solidaire comme « un champ large dans lequel les entrepreneurs sociaux, préoccupés à survivre et à s'insérer professionnellement et socialement, trouvent la jonction de leurs pratiques innovantes ». C'est certainement ce qui fait que ces deux auteurs défendent l'idée selon laquelle « la quête du *dërèm* avec le *ngërèm* est le fondement de l'entrepreneuriat et l'indicateur de la réussite ». Il s'agit d'une activité économique se reposant sur des « réseaux dont le fonctionnement ne peut être justifié à partir du seul individualisme méthodologique [...] elle est encadré dans les croyances, des déterminations matérielles, un réseau de relations sociales »¹⁴⁹.

Dans le cadre de l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air, la finalité sociale est, avant tout, mise en relation avec le rôle de mère de famille. Cela s'explique par le fait que ce rôle est en parfaite relation avec les activités environnementales d'autant plus que dans la société c'est la mère de famille qui s'occupent des activités de nettoyage dans la maison. Cette façon de définir la finalité sociale autour du rôle de mère de famille peut être corroborée par le fait que la quasi-totalité des femmes membres de l'AFEH sont des femmes mariées et s'occupent pour l'essentiel des travaux de nettoyage dans leurs foyers. D'ailleurs, nos enquêtes nous montrent qu'un seul membre de l'association est célibataire. Vu sous cet angle, nous convenons avec ce membre de l'AFEH qui affirme :

L'environnement est vaste, ça commence à la maison, il y a la famille, les arbres, et tout, la femme elle-même est l'environnement parce qu'en tant que mère de famille nous devons tout faire, que ça soit dans la maison, dans la rue, par exemple je passe tout mon temps à nettoyer et cela est intrinsèque à ma posture de mère de famille. (ESS_Femme_Hann Bel Air)

F. S. stipule également que « *la mer n'a plus de poisson, la vie est devenue difficile dans la localité et tout ça c'est à cause de l'insalubrité de la baie de Hann, donc en tant que mère de famille nous devons être les premiers à se lever, et c'est ça la finalité de l'association* ». (ESS Femme_Hann Bel Air)

Au-delà de cette idée de mère de famille, la finalité sociale de l'AFEH est expliquée par le désir de travailler pour le groupe. Cela est d'autant plus vrai que certaines femmes affirment qu'elles ont abandonné des activités très rentables pour se concentrer sur les activités de l'AFEH sous prétexte de travailler pour le groupe. C'est le cas de F.B.S qui affirme avoir abandonné le travail de restauration très rentable pour se concentrer sur les activités entrepreneuriales de l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air

¹⁴⁹ A. S. FALL et C. GUEYE, 2003.

sous prétexte d'avoir l'opportunité de travailler pour le groupe (ESS6_Femme_Hann Bel Air).

En revanche, nous devons préciser que, quelle que soit la manière de l'appréhender, la finalité sociale de l'AFEH se concrétise avant tout autour dans l'environnement. Mais, le terrain a révélé deux formes de définitions de cette finalité sociale sur le plan environnemental. D'abord, le terme environnement s'articule autour du fait d'éduquer les enfants du quartier sur le droit chemin. Cela est partie de l'idée selon laquelle tous les jeunes du quartier sont pris pour être « nos enfants ». Ceci étant, les femmes de l'AFEH se sont donné le fardeau de guider les jeunes sur le droit chemin en cas de dérapage. Tout de même, cette idée de guider les jeunes s'explique par le fait que la délinquance a gagné de la place à Hann, notamment sur la plage. Cette femme affirme que :

L'environnement intègre aussi le fait de guider les enfants. Par exemple quand on voit que tel jeune est en train de suivre une mauvaise voie, on l'appelle et on le conscientise en lui rappelant que sa mère s'est beaucoup sacrifiée pour asseoir son éducation. L'association fait comprendre aux jeunes que la consommation de stupéfiants n'est pas bonne et tu sais que tout cela fait partie de l'environnement. (ESS_Femme_Hann Bel Air)

Ensuite, l'autre angle sous lequel les femmes définissent la finalité sociale dans le volet environnemental est l'éducation des masses sur la propreté et la salubrité ainsi que sur la vie en général. Pour ce faire, les femmes de l'association mènent des activités pour, non seulement préserver l'environnement, mais aussi et surtout pour montrer le bon exemple. C'est tout à fait dans ce sillage qu'il faut inscrire et comprendre l'ensemble du volet environnemental de l'AFEH avec des activités comme le nettoyage de la baie de Hann qui constitue aujourd'hui un problème majeur et non résolu par les autorités locales.

À côté de la finalité sociale, la gestion démocratique demeure une caractéristique inébranlable dans l'existence de l'entrepreneuriat social. Cela est d'autant plus vrai que dans la tradition européenne, le principe du « un membre une voix » est placé au centre de la définition de l'entrepreneuriat social. Cela s'explique, en effet, par le fait que dans cette tradition européenne, l'entreprise sociale est conçue sous l'angle d'une dynamique collective, c'est-à-dire qu'elle nécessite la fédération de différentes parties. Sous ce rapport, la gestion démocratique devient indispensable étant donné que la prise de décision, la communication, les concertations permanentes avant la prise de décision entre autres doivent être à la base du fonctionnement d'une entreprise sociale.

Pour nous élucider sur le caractère indispensable de la gestion démocratique dans le cadre de l'entrepreneuriat social, J. DEFOURNY et M. NYSENS résument la gouvernance d'une entreprise sociale en trois critères. Ils nous font comprendre que la gouvernance d'une entreprise sociale est faite par ses membres indépendamment des autorités publiques ou des industries à but lucratif. Ce qui coïncide effectivement avec le mode de gouvernance de l'AFEH qui non seulement est gérée par les membres eux-mêmes, mais aussi qui ne travaille en connivence avec aucune autorité locale encore moins avec une entreprise à but lucratif.

Une autre caractéristique de l'AFEH est qu'elle est actuellement bâtie autour d'une dynamique collective car elle constitue une fédération de plusieurs sous associations encore nommées *mbotaay*. Corrélativement, nous pouvons constater que l'une des principales caractéristiques de la gouvernance d'une entreprise sociale, notamment dans la tradition européenne, est qu'elle doit nécessairement être constituée par plusieurs parties. J. DEFOURNY et M. NYSSSENS abondent encore dans le même sens en accordant une place non négligeable à la participation de plusieurs parties prenantes pour la constitution d'une entreprise sociale.

Sous un autre angle, force est de reconnaître que si on défend l'idée qu'une entreprise sociale est constituée de plusieurs parties prenantes, l'on convient également que toutes ces parties doivent participer à la gestion de l'entreprise afin de concrétiser l'existence d'une dynamique collective. Il s'agit, en fait, du principe du « un membre une voix » qui sous-tend que la prise de décision ne doit pas être faite en fonction de critères sélectifs mais doit impliquer toutes les parties prenantes de sorte que chacune ait son mot à dire. En appliquant ce critère dans le cadre de l'AFEH, le terrain nous a montré qu'il existe deux moments qu'il faut nécessairement prendre en compte.

Jusqu'en 2012, précisons que l'association n'a réuni que les femmes du quartier Tableau Férial. Étant donné que toutes ces femmes se connaissent déjà entre elles, la communication est facile et il y a la possibilité de réunir toutes les femmes membres pour se concerter avant de prendre une décision. C'est ce qui fait dire que :

Quand la présidente a une idée, elle la partage avec les autres avant de prendre une décision quelconque, il y a la cohésion à tel enseigne que généralement les idées qui sont proposées convergent vers l'intérêt de l'association, on organise aussi des réunions pour rassembler tous les membres et pour communiquer. (ESS2_Féminin_Hann Bel Air)

Ou bien encore :

Quand il y avait quelque chose, on ne prenait pas la décision hâtivement, on convoquait une réunion et on rassemblait tous les membres et chacun donne son avis, la décision n'était pas prise par la présidente, il s'agit d'une décision collective et lorsqu'il s'agissait aussi de changer quelque chose on le faisait en réunion. (ESS_Féminin_Hann Bel Air)

Dans la même mouvance, les femmes de l'association n'avaient pas besoin de faire un vote pour désigner les membres du comité exécutif vu que chaque femme connaît qui est compétent dans quel domaine et qu'il n'y avait de suspicion entre les membres. C'est ainsi que les postes de responsabilité sont établis par désignation. C'est ainsi que A.K affirme :

Nous avons vécu ensemble et chacun sait qui est apte à gérer telle chose. Je suis là depuis 1993 et avant ce n'était pas la peine de faire un vote parce que quand on parle de vote cela veut dire que la confiance manque et entre nous il n'y avait vraiment pas de suspicion, la confiance était réciproque et dès qu'on désigne quelqu'un pour un poste de responsabilité tout le monde tombe d'accord. (ESS_Féminin_Hann Bel Air).

Cependant, quand l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air est devenue une coalition de plusieurs mbotaay et a intégré dans son écosystème entrepreneurial d'autres quartiers comme Montagne 5, les membres sont devenus beaucoup plus nombreux. À ce propos, la communication a connu une baisse dans l'association parce qu'il est très difficile d'informer plus de 130 membres au même niveau. Ce qui va également influencer sur la concertation avant la prise de décision puisqu'il s'avère quasi impossible de réunir tout le monde pour discuter.

Tout compte fait, les femmes de l'association n'ont pas tardé à mettre en place des alternatives pour recouvrer la gestion démocratique dans l'association et asseoir le principe du « un membre une voix ». Sur ce, quand il y a une décision qui doit être prise, ce sont les membres du comité exécutif qui se chargent de faire passer l'information à travers des réseaux de communication comme les lieux de vente, les marchés, et via le réseau social WhatsApp. Un groupe WhatsApp est également utilisé comme un outil de concertation et de discussion autour des décisions. Tout de même, l'association a commencé à élire les postes de responsabilité par vote parce que tout le monde ne se connaît pas parfaitement comme ce fut le cas avant. En illustre, cet enquêté déclare :

Quand il y a eu d'autres mbotaay qui sont venus se greffer à l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air, nous avons décidé de commencer à élire les postes de responsabilité par vote parce qu'on ne se connaît pas tous et donc il faut faire le vote puisqu'il y a de nouveaux venus afin qu'il n'y ait pas de frustration. (ESS_Féminin_Hann Bel Air)

Encadré 1 : Les différents postes de responsabilité dans l'AFEH

Les principaux postes de responsabilité dans l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air sont répartis selon les deux démembrements de l'association, à savoir le GIE and setal Yarah et le GIE bokk jom. C'est ainsi que nous avons la présidente de l'association qui assure la coordination de toutes les activités de l'association. Mais, dans chaque démembrement, il y a une vice-présidente qui assure la coordination parcellaire du GIE en question. De plus, nous avons constaté que dans chaque GIE il y a une trésorière et un commissaire au compte qui ont la responsabilité de gérer les fonds.

2.2. Rôle de l'entrepreneuriat social dans la préservation de l'environnement

Le volet environnemental de l'acte entrepreneurial de l'AFEH polarise toutes les activités allant dans le sens de préserver l'environnement. Ces activités environnementales sont d'ailleurs considérées comme les bases de l'association puisque celle-ci a pour vocation première de préserver l'environnement. À ce titre, nous avons d'abord le micro-jardinage qui est l'une des premières activités que l'AFEH a déployées. Les femmes pratiquent cette activité non seulement pour garder un écosystème sain, mais aussi et surtout pour s'auto-former sur le micro jardinage et, par conséquent, de l'appliquer chez elles afin de réduire les dépenses pour l'achat de légumes et autres aliments.

Ensuite, il faut reconnaître que le pavage en plastique constitue l'un des domaines de prédilection de l'AFEH. Non seulement les femmes de l'association fabriquent des pavés

en plastique pour les besoins de leur localité, mais aussi elles offrent des formations sur le pavage en plastique dans plusieurs localités du pays. Par exemple en 2013, l'association a offert des formations sur le pavage en plastique dans les communes Djilor, Passy, Joal-Fadiout, Toubacouta, Sokone. Il en est de même en Nairobi (capital du Kenya) en 2016.

Encadré 2 : Les pavages en plastique de l'AFEH

Nous sommes les premiers à créer des pavés en plastiques au Sénégal parce qu'il y avait un marché lancé par la Mitsubishi en ce qui concerne le recyclage et la transformation des plastiques en pavés. Sur ce, on a introduit notre candidature alors qu'on ne savait même pas comment on fait la transformation des plastiques. De ce fait, on est passé par INTERNET pour visionner des vidéos qui nous ont inspiré et c'est comme ça qu'on s'est débrouillé pour fabriquer ces pavés en plastiques et on a travaillé dans ce projet qui était de 2011 à 2012. Par la suite, quand on a fabriqué les pavés on a appliqué notre expérience sur un espace du parc de Hann qui était toujours inondé et vraiment ça a marché parce que c'est grâce à ce pavage que l'espace est attrayant et on organise même des mariages et d'autres cérémonies comme notre journée de l'environnement là-bas. Dans le cadre du GIE and setal Yarah, on a aussi travaillé avec l'ONFP en 2013 qui nous a permis de partager notre expérience avec les autres communes du Sénégal comme Passy, Djilor, Joal-Fadiout, Toubacouta, Sokone (ESS_Femme_Hann Bel Air).

Photo 1 : Présentation des pavés en plastique de l'AFEH en présence du premier ministre et du ministre de l'environnement



En outre, l'association organise des journées de *set-setal* dans les quartiers mais avec surtout l'aide des jeunes. Enfin, l'AFEH accomplit son volet environnemental en s'activant dans le nettoyage de la baie de Hann. Elle constitue l'une des activités ancestrales de l'association parce que les femmes de l'AFEH s'y activent depuis le début de l'acte entrepreneurial. Aussi, on peut dire que c'est l'activité qui a enclenché la naissance de l'association car c'est dans la perspective de revalorisation de la baie de Hann qu'est née l'AFEH. A.K nous explique alors :

Parfois nous faisons des journées de set-setal de Hann Montagne à Page ba et parfois sur la baie de Hann, on emprunte des matériaux de nettoyage à la mairie comme les balaies, les râtaux et autres, chacun apporte aussi les matériels dont il dispose. Nous sommes souvent aidés dans cette activité par les jeunes mais ça dépend de leur disponibilité (ESS_Femme_Hann Bel Air).

K.S explique également que : « L'association féminine et environnementale de Hann Bel Air fait des journées de set-setal dans les quartiers mais aussi sur la plage » (ESS_Femme_Hann Bel Air).

2.3. Le rôle de l'entrepreneuriat social dans l'autonomisation économique des femmes

❖ Fabrication et commercialisation de produits

Sur le plan économique, les femmes de l'AFEH mènent des activités de transformation de produits halieutiques, de céréales locales, ainsi que de jus de locaux. Par ailleurs, elles expliquent que ces produits transformés sont destinés à la commercialisation. C'est dans cette perspective que les femmes de l'association disposent d'une boutique financée par leurs propres activités. Mais, dans cette dernière elles vendent, non seulement, des produits transformés, mais aussi des matériels électroménagers comme les télévisions, les frigos et les ventilos. Elles vendent également d'autres produits comme des bassines, des bols, du savon, des sceaux, de l'eau de javel, des tapis etc. Toutefois, précisons que la boutique est en arrêt depuis quelques mois du fait d'un manque de local où vendre.

De même, nous avons constaté que les femmes de l'AFEH s'activent dans la savonnerie, la fabrication d'eau de javel, d'épices naturelles, ainsi que la teinture et tous ces produits sont destinés à la vente. Pour terminer avec le volet économique, retenons que les femmes de l'AFEH s'activent dans la location de chaises, de bols, de marmites et d'autres ustensiles. C'est ainsi que pour résumer le volet économique de l'AFEH cet enquêté déclare : « *L'association fait du commerce parce qu'elle dispose d'une boutique où on vend des télés, des ventilos, des tapis, des bols, des savons etc. Elle fait aussi la savonnerie et la fabrication d'eau de javel* ». (ESS_Féminin_Hann Bel Air)

Cependant, il faut qu'on apporte quelques précisions sur la vente et la location des produits de l'AFEH. Pour ce qui est de la vente, les membres sont les premiers clients. À la fin de la production, un stock est réservé aux membres qui doivent obligatoirement acheter. De ce fait, chaque membre prend ce dont il a besoin et à la fin du mois il rembourse. Pour assurer le circuit commercial des produits, ce sont les membres qui constituent, en dehors de la boutique, les vendeurs. Ainsi, un quota est donné à chaque membre et il est tenu de le vendre à sa manière et de verser l'argent à l'association. Toutefois, rappelons que cette alternative est beaucoup plus présente dans l'association depuis que la boutique est en arrêt. C'est d'ailleurs ce que nous explique l'affirmation selon laquelle :

Après la transformation des produits, on fait des quotas et chacun va recevoir son quota, c'est-à-dire ce qu'il va vendre pour le compte de l'association et une fois que quelqu'un a vendu son quota, il verse l'argent dans la caisse et on lui en fait une épargne de 1000F parce que cet argent n'est pas partagé, il est plutôt investi dans le social, par exemple si un membre est malade ou un proche est malade, on va prendre de cet argent pour l'aider dans l'achat des ordonnances et autres frais. (ESS_Femme_Hann Bel Air)

C'est dans la même dynamique que K. S. nous informe que les femmes de l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air sont les premiers clients dans la vente des produits d'autant plus qu'elles sont appelées à prendre un stock sur les différents produits de l'association et devront payer à la fin du mois.

Après la fabrication des produits, l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air donne à chaque membre un stock de produits pour ses besoins personnels et à la fin du mois chacun devra payer, ça nous aide en tout cas parce que nous sommes à la fois producteurs et acheteurs des produits. (ESS_Femme_Hann Bel Air)

En ce qui concerne la location des matériels, il y a un prix fixe pour chaque matériel. De ce fait, quand une personne qui n'est pas membre de l'association a une cérémonie (mariage, baptême, etc.), les prix lui sont fixés selon le nombre de matériels qu'elle a loué. Par contre, si c'est un membre de l'association qui a une cérémonie, il donne juste 10.000 FCFA même si le prix de tous les matériels à louer peut aller jusqu'à 30.000 FCFA voire même plus.

Cet enquête déclare :

Nous avons des matériels, des marmites, des bols, des chaises entre autres à louer en cas de survenance d'évènement. Ainsi, si c'est un membre de l'association qui est secoué par un évènement, il donne juste 10.000 FCFA et on lui donne tout le matériel disponible, par contre s'il s'agit de quelqu'un qui n'est pas membre de l'association, on fait le décompte de tout le matériel à louer et il paye en prix normal. (ESS_Femme_Hann Bel Air)

Nous avons aussi O.D qui explique que :

L'association a des matériels à louer en cas de survenance d'évènement, si tu es membre et que tu es secoué par un évènement quelconque, tu donnes juste 10.000 FCFA et on te donne tout le matériel nécessaire. Par contre, si quelqu'un qui n'est pas membre veut faire la location des matériels de l'association, on fait le décompte et on lui fixe des prix unitaires selon le matériel, par exemple une chaise est louée à 100 FCFA, un bol à 100 FCFA, la marmite est à 1500 CFA l'unité etc. et puis on fait la somme et tu payes tout. (ESS_Femme_Hann Bel Air)

❖ **Stratégie d'épargne et de réinvestissement des capitaux**

L'AFEH a mis en place un important dispositif de renforcement de la dynamique collective et de la solidarité intra-groupe. Il en est ainsi des tontines. Néanmoins, cela s'inscrit dans un contexte particulier au sein de l'association. En effet, jusqu'en 2012, les activités de l'AFEH se sont articulées autour du volet environnemental. Étant donné que ces activités environnementales relèvent plus du bénévolat, les femmes ont commencé à désertir l'association parce qu'elles n'y voient aucune rentabilité pécuniaire. C'est effectivement dans ce cadre que l'AFEH a changé de perspective en inscrivant dans son

agenda les tontines qui combinent à la fois une fonction sociale et une fonction économique. C'est là qu'il faut situer la mise en place du GIE bokk jom qui constitue le centre d'opération de toutes ces activités d'épargne et de réinvestissement permettant aux femmes de s'autonomiser sur le plan financier.

❖ **Les tontines *suruhël* : Une stratégie d'anticipation de la tabaski et de la korité**

Pour préparer les fêtes de tabaski et de korité et anticiper les dépenses qu'elles occasionnent, les femmes de l'AFEH organisent des tontines dites *suruhël*. Il s'agit d'une cotisation de 200 FCFA tous les Lundi pour le compte de la korité et de 500 FCFA chaque Jeudi pour la préparation de la tabaski. À l'approche de ces deux fêtes, une partie de l'argent des cotisations est redistribuée aux membres pour les besoins de leurs dépenses personnelles et familiales.

Pour le reste de l'argent, l'AFEH a mis en place une stratégie de réduction du coût des tissus pour les membres. Aussi, cela s'inscrit dans le cadre d'une uniformisation du tissu porté par les femmes en vue d'éliminer les disparités. De ce fait, l'association choisit un tissu uniforme à acheter et finance les 1/3 du prix de ce dernier pour chaque membre. Si une femme n'a pas les moyens pour acheter les 2/3 qui restent, c'est l'association qui le fait à sa place, tout en sachant qu'elle doit rembourser suivant une date que lui fixe l'association. Le jour de la fête (tabaski ou korité) également, tous les membres doivent obligatoirement porter le tissu choisi par l'association et celui qui ne respecte pas cela est sanctionné. Pour corroborer cette idée, nous pouvons nous en tenir à cette affirmation de K.S qui déclare :

Nous avons des tontines destinées à la tabaski et à la korité, on cotise et à l'approche de la fête on redistribue l'argent aux membres de l'association. Cela permet aux femmes de l'association d'acheter des moutons de tabaski pour leurs maris, il y en a des femmes qui achètent avec cet argent les habits que les enfants doivent porter le jour de la fête de tabaski ou de korité, c'est une stratégie d'épargne efficace parce que ça permet d'épauler nos maris dans les dépenses (ESS_Femme_Hann Bel Air)

❖ ***Xéx ndeyale* : une logique de ré-interrogation des cérémonies**

Ayant été invitées à une conférence au ministère de la femme, de la famille et du genre en 2012, les femmes de l'AFEH ont été témoins d'une histoire. Une femme parmi les intervenants a raconté l'histoire d'une commerçante au marché poisson de Pikine. Un jour, une fois de retour du marché, elle a été informée que la fille dont elle est la *ndeyale* (marraine en français) a accouché. Tout à coup, la commerçante a jeté la bassine qu'elle avait sur la tête en s'écriant « comment je vais faire avec cette cérémonie ». Mais, l'informateur poursuit en lui disant que le bébé était mort-né. Quant à elle, la commerçante dit : « *alhamdoulilah* ».

De cette histoire, les femmes de l'AFEH ont appris que le *ndeyale* constitue une contrainte pour les femmes même si elles ne le rejettent jamais. Dans ce sillage, les femmes de l'association ont pris la décision d'intégrer dans leur agenda le slogan *Xéx ndeyale*. Ce

dernier s'articule autour de l'interdiction, pour tous les membres, de l'acceptation et l'attribution du marrainage ou ndeyale. Cela s'explique par l'idée que le marrainage est source de débauche dans les baptêmes. En réalité, la personne qui est désignée comme marraine se voit obliger de supporter des dépenses exorbitantes. De même, cela constitue un véritable facteur d'entrave aux activités entrepreneuriales puisque c'est une pratique qui remet en cause la thésaurisation de l'argent.

Ainsi, les femmes de l'AFEH ont entrepris une négation du ndeyale afin de renforcer la solidarité intra-groupe et d'absoudre les gaspillages que cette pratique occasionne. S'il y a un événement qui secoue une femme membre de l'AFEH (baptême, mariage, etc.), les membres de l'association cotisent chacun 10.000 FCFA. Si, toutefois, il y a un ou des membres qui ne peuvent cotiser par manque de ressources financières, c'est l'association qui le fait à leur place. Mais, dès qu'ils ont de quoi rembourser, ils devront le faire.

Dans l'association on a aussi un autre système d'épargne qu'on nomme la tontine de solidarité encore nommée *Xéx ndeyale* et chacun verse une somme de 10.000F en cas de survenance d'un événement. De ce fait, si quelqu'un a un baptême ou autre chose, on lui interdit obligatoirement de faire des dépenses ou de désigner un ndeyale, car c'est l'association qui prend en charge tout cela (ESS_Femme_Hann Bel Air)

Encadré 3 : Brève explication du ndeyale ou marrainage du nouveau-né

Dans la société sénégalaise, quand il y a un nouveau-né, ses parents lui choisissent une marraine nommée ndeyale. En guise de reconnaissance envers les parents du bébé, celle qui est choisie en tant que marraine fait beaucoup de dépenses pour l'achat d'habits, d'ustensiles et tant d'autres matériels pour l'enfant, sa mère et son père. Toutefois, il ressort de nos enquêtes que le ndeyale fait référence à une logique de mobilisation sociale et de don contre don. Du point de vue de la mobilisation sociale, il faut comprendre que quand une personne est désignée comme ndeyale, ce n'est pas à elle seule d'assumer toutes les dépenses. Au contraire, tout son entourage se mobilise autour d'elle pour faire preuve de solidarité. Cela fait que le ndeyale est perçu par les enquêtés comme un phénomène social collectif qui occasionne la participation et la mobilisation de toute une collectivité, notamment les parents de la personne qui est désignée comme ndeyale. De l'autre côté, nous avons reçu l'explication selon laquelle le ndeyale est une logique de don contre don. Même si la femme qui est désignée comme étant ndeyale est tenu de se mobiliser et de mobiliser son entourage en donnant un important don symbolique (ndawtal), il est également obligatoire pour l'entourage du nouveau-né de faire un contre don important à la marraine ou ndeyale en guise de redevabilité et de reconnaissance. Ces dons et contre dons sont nommés par ndawtal chez les enquêtés. Selon les femmes rencontrées, le ndawtal en tant que contre don doit être égal ou supérieur au ndawtal de la marraine puisqu'il est question de redevabilité.

❖ La tontine dite « le 11 » : la porte ouverte au financement des membres de l'AFEH

Dans une logique de permettre à ses membres de développer des activités entrepreneuriales individuelles en dehors de l'association, l'AFEH a mis en place un système de financement allant jusqu'à 500.000 FCFA. Étant donné que c'est l'association qui assure de par ses fonds ces financements, une tontine dédiée est mise en place sous la nomination de « *natt le 11 bi* ». Dans cette tontine, chaque membre de l'association doit obligatoirement cotiser tous les 11 du mois 2.000 FCFA. C'est par la somme de ces cotisations mais aussi par les recettes supplémentaires issues de la vente de produits que l'AFEH parvient à financer ses membres.

❖ **La tontine du « 10.000 » ou la tontine du choix libre**

Nous avons préféré nommer la tontine du « 10.000 » (encore nommée par les membres « *nattu 10.000 bi* ») la tontine du choix libre parce que c'est la seule tontine de l'AFEH qui n'est pas obligatoire pour tous les membres. Chaque membre a le choix libre d'en faire partie ou de ne pas en faire partie. Dans cette tontine, il s'agit pour les adhérents de cotiser chaque mois 10.000 FCFA. Cette somme n'est pas réservée dans les caisses de l'AFEH, mais elle est redistribuée aux membres de la tontine à tour de rôle sous la forme de *teggi*. C'est-à-dire, il y a un tirage au sort qui se fait chaque fin du mois, et la personne dont le nom est tiré bénéficie de la somme des cotisations.

3. Discussion

La première analyse que nous pouvons faire du processus entrepreneurial et de l'acte entrepreneurial de l'AFEH, c'est qu'ils sont tous deux influencés par le contexte de Yarakh, le domaine de prédilection de l'association. Yarakh est une zone lebou qui est avant tout en proximité avec la mer, notamment qui est bordée par la baie de Hann, réputée aujourd'hui dans sa dégradation. Ainsi, nous constatons que le processus entrepreneurial de l'AFEH est fortement influencé par cette situation de la baie de Hann car c'est dans la perspective de lutte contre la situation insalubre de la baie que l'association est née. Ce qui nous renseigne également sur l'apparition du qualificatif « environnementale » dans l'appellation de l'association.

L'autre constat que nous pouvons faire est que l'acte entrepreneurial de l'AFEH est, lui aussi, orienté par le contexte de prédilection de l'association qu'est Yarakh. Ce dernier est une zone où nous avons noté une forte propension à la vie en communauté. Ce qui se traduit, selon les données du terrain, par une solidarité entre les habitants, par l'entraide ainsi que le don de soi pour la communauté. À ce propos, nous avons constaté que c'est dans ce contexte qu'il faut situer l'orientation de l'AFEH vers l'entrepreneuriat social en mettant en avant la finalité sociale. Nous pouvons effectivement corroborer cette idée avec ces propos d'un enquêté qui affirme : « *À Yarakh, nous sommes dans une localité lebou et nous vivons en communauté, chez les lebous la cohésion sociale, la vie en commun, le travail pour le groupe et la solidarité sont des valeurs très chères* » (ESS_Femme_Hann Bel Air)

Sous ce rapport, nous convenons alors avec L. J. FILION qui nous montre qu'il existe une relation intrinsèque entre, d'une part, le processus et l'acte entrepreneurial des entrepreneurs et, d'autre part, le contexte dans lequel ils déroulent leurs actions. C'est effectivement ce qu'il résume par les propos suivants :

Les milieux et cultures influencent les types d'entrepreneurs que nous y trouvons, ces acteurs choisissent des processus qui sont fortement influencés par les cultures de leurs milieux et que les résultats entrepreneuriaux obtenus ne sont pas le fruit du hasard mais la conséquence d'un ensemble de facteurs sociaux et individuels à dimensions culturelles¹⁵⁰.

C'est tout à fait dans la même mouvance qu'abonde encore le même auteur lorsqu'il nous montre que l'entrepreneuriat est un phénomène contextuel ou régional, c'est-à-dire une activité guidée et influencée par le contexte où évoluent les entrepreneurs. Ce qu'il résume par l'idée selon laquelle « *l'entrepreneuriat apparaît d'abord comme un phénomène régional ; les cultures, les besoins, les habitudes d'une région façonnent les comportements. Les entrepreneurs les intègrent, les interprètent et cela se reflète dans leur façon d'agir, de construire leur entreprise* »¹⁵¹. C'est dire que l'acte entrepreneurial n'est pas concevable en dehors de la société qui le contient.

La deuxième analyse que nous pouvons faire est beaucoup plus axée sur la posture de l'entrepreneuriat social dans l'AFEH. En passant en revue la façon dont l'entrepreneuriat social avec ses variables se manifestent dans l'acte entrepreneurial de l'AFEH, nous pouvons en déduire que le fait de s'orienter vers l'entrepreneuriat social n'empêche pas à l'entrepreneur de recouvrer son esprit entrepreneurial. Cela veut dire qu'il existe chez les femmes de l'AFEH les caractéristiques de l'esprit entrepreneurial que sont : l'innovation, la créativité, la prise de risque etc. même si elles ont choisi de s'orienter vers l'entrepreneuriat social.

Nous pouvons élucider cela par les différentes activités de l'association, par les stratégies d'adaptations et d'autofinancement comme les tontines, par la tendance à s'entraider pour minimiser certaines dépenses en cas d'évènements, par la manière de dispatcher les tâches pour la production et la commercialisation des produits etc. qui attestent tous d'un esprit de création et d'innovation chez les femmes de l'AFEH. C'est pourtant cette possibilité d'allier mission sociale, créativité et esprit d'entreprise que souligne K. ABERJI dans sa définition de l'entrepreneuriat social. Elle définit ainsi l'entrepreneuriat social comme :

Toute initiative individuelle ou collective qui vise la création de projets concrets au profit d'un groupe de personnes dans le but d'améliorer leurs conditions de vie tout en réalisant une

¹⁵⁰ L. J. FILION, 2008, Les représentations entrepreneuriales : champ d'études en émergence, *Revue internationale de psychosociologie*, vol. 14, n° 32, p. 22.

¹⁵¹ L. J. FILION, 1997, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale P.M.E.*, vol. 10, n° 2, p. 140.

*autonomie financière pour assurer la durabilité de ces projets et perdurer leur impact social*¹⁵².

Conclusion

En définitive, la problématique de l'intention entrepreneuriale demeure un domaine de recherche très pertinent surtout pour des sciences sociales comme la sociologie. Même si le fait d'adhérer, de se désaffilier ou de ne pas adhérer à une association est généralement conçu comme relevant de l'ordre normal des choses, la réalité du terrain montre qu'il s'agit d'un domaine qui n'est pas moins complexe et qui met en jeux des rationalités et des logiques d'actions qui ne peuvent pas passer inaperçues pour un chercheur.

C'est effectivement dans cette perspective de recul et de déconstruction que s'est inscrite cette présente étude puisqu'elle a eu pour vocation première de transcender les préjugés ou prénotions sur l'intention entrepreneuriale dans un contexte d'entrepreneuriat associatif féminin. C'est donc une analyse qui part du social pour en débusquer des éléments d'explications du fait d'adhérer, de se désaffilier ou de ne pas adhérer à l'association féminine et environnementale de Hann Bel Air.

L'autre élément important qu'apporte cette étude est qu'elle constitue un détour sur ce qu'il est convenu d'appeler entrepreneuriat social. Cela s'explique par le fait que, dans la plupart des cas, les gens et même des spécialistes en entrepreneuriat, ont tendance à résumer ce dernier en une activité à but lucratif. C'est-à-dire une activité ayant pour objectif principal de permettre à l'entrepreneur d'avoir des gains économiques dans ses activités entrepreneuriales. Toutefois, même si cela constitue une dimension de la pratique entrepreneuriale, le terrain révèle qu'elle n'en est pas la seule d'autant plus que l'acte entrepreneurial peut également combiner vocation sociale et efficacité économique, c'est-à-dire dirigé vers la finalité sociale et collective.

Bibliographie

- AREZKI K. et BENYAHIA K., 2018, *Entrepreneuriat social, cas d'étude : le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia*, Mémoire de fin cycle, KASRI S. (dir.), Université Abderrahmane MIRA-BEJALA
- BOURDIEU P., 2006, « Le capital social. Notes provisoires », in A. BEVORT et al., *Le capital social*, Paris, La découverte.
- DEFOURNY J. et NYSSSENS M., 2011, « Approches européennes et américaines de l'entreprise sociale : Une perspective comparative », *Revue internationale de l'économie sociale*, n° 319, p. 30-48.
- DIOP A. B., 1985, *La famille wolof. Tradition et changement*, Paris, Karthala.

¹⁵² K. ABERJI, 2019, « L'entrepreneuriat social : de la naissance du concept à la mesure de l'impact social », *Revue d'Étude en Management et Finance d'Organisation*, n° 9, p. 7.

- FALL A. S. et GUEYE C., 2003, « *Derem ak Ngerem*. L'argent, la grâce et la reconnaissance, les ressorts d'une économie sociale et solidaire en Afrique de l'Ouest », Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités (CRDC), n°26, p. 1-22.
- FESTINGER L., 1953, *Attirance du groupe et adhésion*, Peterson REFERENCE A VERIFIER
- FILION L. J., 1997, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale P.M.E*, vol. 10, n° 2, p. 129-172.
- FILION L. J., 2008, « Les représentations entrepreneuriales : champ d'études en émergence », *Revue internationale de psychosociologie*, vol. 14, n° 32, p. 11-43.
- JANSSEN F., BACQ S. et BROUARD F., 2012, « L'entrepreneuriat social : un thème pour la recherche passée, présente et future, *Revue internationale P.M.E*, vol. 25, n° 3-5, p. 17-44.
- LIN N., 1995, « Les ressources sociales : une théorie du capital social », *Revue française de sociologie*, n° 36, p. 685-704.
- OLSON M., 1966, *Logique de l'action collective*, Paris, PUF.
- TCHAGANG E., 2017, « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants camerounais », *Management et Sciences sociales*, n° 22, p. 172-190.
- TOCQUEVILLE A. De, 1986, (1835, 1840), *De la démocratie en Amérique*, Paris, Gallimard.