

Financement participatif et entrepreneuriat féminin : un moyen de briser le second plafond de verre ?

Imen Latrous

Volume 30, numéro 2, 2021

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1090583ar>

DOI : <https://doi.org/10.1522/revueot.v30n2.1364>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Chicoutimi

ISSN

1493-8871 (imprimé)

2564-2189 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Latrous, I. (2021). Financement participatif et entrepreneuriat féminin : un moyen de briser le second plafond de verre ? *Revue Organisations & territoires*, 30(2), 1–13. <https://doi.org/10.1522/revueot.v30n2.1364>

Résumé de l'article

La diversité et l'inclusion sont de plus en plus considérées comme le moteur de croissance et de prospérité. Dans ce contexte, les femmes entrepreneures sont peu à peu plus nombreuses dans le secteur des petites entreprises. Malgré l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme vecteur de croissance économique mondiale, les femmes entrepreneures sont plus susceptibles que leurs homologues hommes d'affronter plusieurs entraves à la création, à la survie et à la croissance de leur entreprise. Plus particulièrement, les difficultés d'accès au financement restent un des principaux obstacles auxquels elles font face. Bosse et Taylor (2012) désignent ce phénomène par le second plafond de verre (second glass ceiling). Le présent article s'intéresse aux inégalités en matière de financement traditionnel entre les femmes et les hommes d'affaires. Il examine dans quelle mesure le financement participatif permet d'éliminer ou, tout au moins, de réduire le biais de genre dans le cadre de financement traditionnel. Au moyen d'une revue de la littérature théorique et empirique, cet article tente de répondre aux questions suivantes : Pourquoi les femmes entrepreneures font-elles face à des contraintes financières lorsqu'elles ont recours au financement traditionnel? Le financement participatif constitue-t-il une option de financement innovante pour stimuler l'entrepreneuriat féminin?

© Imen Latrous, 2021



Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

Financement participatif et entrepreneuriat féminin : un moyen de briser le second plafond de verre?

Imen Latrous^a

RÉSUMÉ. La diversité et l'inclusion sont de plus en plus considérées comme le moteur de croissance et de prospérité. Dans ce contexte, les femmes entrepreneures sont peu à peu plus nombreuses dans le secteur des petites entreprises. Malgré l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme vecteur de croissance économique mondiale, les femmes entrepreneures sont plus susceptibles que leurs homologues hommes d'affronter plusieurs entraves à la création, à la survie et à la croissance de leur entreprise. Plus particulièrement, les difficultés d'accès au financement restent un des principaux obstacles auxquels elles font face. Bosse et Taylor (2012) désignent ce phénomène par le second plafond de verre (*second glass ceiling*). Le présent article s'intéresse aux inégalités en matière de financement traditionnel entre les femmes et les hommes d'affaires. Il examine dans quelle mesure le financement participatif permet d'éliminer ou, tout au moins, de réduire le biais de genre dans le cadre de financement traditionnel. Au moyen d'une revue de la littérature théorique et empirique, cet article tente de répondre aux questions suivantes : Pourquoi les femmes entrepreneures font-elles face à des contraintes financières lorsqu'elles ont recours au financement traditionnel? Le financement participatif constitue-t-il une option de financement innovante pour stimuler l'entrepreneuriat féminin?

ABSTRACT. Diversity and inclusion become more and more the driver of growth and prosperity. Thus, there are more and more women entrepreneurs in the small business sector. Despite the importance of women entrepreneurship as a driver of global economic growth, women entrepreneurs are more likely than their men counterparts to face multiple barriers to the creation, survival and growth of their business. In particular, access to capital is the most critical issue for women entrepreneurs. Bosse and Taylor (2012) refer to this phenomenon as the second glass ceiling. This paper focuses on gender differences in the use of traditional financing. It also examines how crowdfunding might democratise the access to capital for women entrepreneurs. Using a theoretical and empirical literature review approach, this paper attempts to answer the following questions: Why do women entrepreneurs receive smaller amount of funding than their men counterparts? Does crowdfunding offer an innovative avenue to boost women entrepreneurship?

Introduction

Malgré l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme vecteur de croissance économique mondiale (PCFE, 2020), les femmes entrepreneures sont plus susceptibles que leurs homologues hommes d'affronter plusieurs entraves à la création, à la survie et à la croissance de leur entreprise. Des études antérieures démontrent que les entreprises détenues majoritairement par des femmes sont moins performantes que celles détenues par des hommes sur le plan du chiffre d'affaires, des bénéfices et de l'effectif (Rosa et collab., 1996;

Robb et Wolken, 2002; Watson, 2002). Plus particulièrement, les difficultés d'accès au financement restent un des principaux obstacles auxquels font face les femmes entrepreneures (PCFE, 2020). Les institutions prêteuses perçoivent les entreprises détenues majoritairement par des femmes comme étant plus risquées que celles appartenant à des hommes. Elles sont alors plus susceptibles de refuser du financement ou de l'accorder à des conditions moins avantageuses aux femmes entrepreneures (Coleman, 2000). Bosse et Taylor (2012)

^a Professeure de finance et responsable du Laboratoire de recherche et d'intervention en gouvernance des organisations (LARIGO), Université du Québec à Chicoutimi

désignent ce phénomène par le second plafond de verre (*second glass ceiling*).

Dans ce contexte, des travaux de recherche soutiennent que les femmes entrepreneures sont moins susceptibles d'obtenir ou de rechercher du financement traditionnel, comparativement aux entrepreneurs hommes (Rosa et Sylla, 2016). Par ailleurs, elles utilisent principalement des sources de financement personnelles pour le démarrage de leur entreprise (Coleman et Robb, 2009). Les contraintes financières subies par les femmes entrepreneures sont attribuables à la petite taille de leur entreprise, à leur aversion au risque, à leurs faibles connaissances financières ainsi qu'aux stéréotypes de genre (Coleman, 2000). En effet, la notion d'entrepreneur est tout particulièrement associée à un homme, et non à une femme (Ahl, 2006). En matière de financement, les institutions prêteuses perçoivent différemment les caractéristiques entrepreneuriales des hommes et des femmes. Ces dernières sont alors considérées comme moins compétentes. Ainsi, les institutions de prêt favorisent la discrimination envers les femmes dans leurs processus décisionnels (Eddleston et collab., 2016). De tels obstacles au financement entravent le développement et la croissance de l'entrepreneuriat féminin et, par conséquent, entraînent une sous-performance des PME détenues par les femmes (Malmström et collab., 2017).

Les inégalités entre les sexes en matière de financement traditionnel amènent les femmes entrepreneures à recourir à d'autres formes innovantes de financement, par exemple le financement participatif (*crowdfunding*). C'est grâce à l'avènement d'Internet, des systèmes de paiement en ligne et des plateformes en ligne de collectes de fonds que cette innovation financière a connu le jour. L'Autorité des marchés financiers (AMF) du Québec (2020) définit le financement participatif comme suit : « Un processus permettant à une personne ou à une entreprise de recueillir de petites sommes auprès d'un grand nombre de personnes, par Internet. L'objectif est de réunir des fonds suffisants pour réaliser un projet précis ».

Récemment, plusieurs travaux de recherche ont démontré que le taux de succès des campagnes de financement participatif des femmes entrepreneures est plus élevé que celui de leurs homologues hommes (Groza et collab., 2020; Greenberg et Mollick, 2017; Johnson et collab., 2018; Colombo et

collab., 2015; Gafni et collab., 2021; Kanze et collab., 2018; Geiger et Oranburg, 2018).

Cela s'explique d'abord par le langage qui est employé par les gens d'affaires dans le cadre de leurs campagnes de financement. Les investisseurs en financement participatif sont plus susceptibles d'allouer du financement aux femmes parce qu'elles emploient un langage positif, vigoureux vivace et inclusif pour promouvoir leurs campagnes de financement. À contrario, ils apprécient moins le langage des affaires utilisé par les hommes et leur accordent par conséquent moins de fonds (Gorbatai et Nelson, 2015). D'autre part, dans un contexte de financement participatif, les bailleurs de fonds femmes ont plus tendance à financer d'autres femmes. Elles sont en effet plus actives sur les plateformes de financement participatif que sur les marchés financiers formels. Conscientes des barrières d'accès au financement traditionnel affrontées par les femmes entrepreneures, les bailleuses de fonds se mobilisent alors pour inciter d'autres femmes investisseuses à accorder du financement participatif aux projets mis sur pied par des entrepreneures (Greenberg et Mollick, 2017).

Le présent article s'intéresse aux difficultés d'accès au financement traditionnel auxquelles fait face l'entrepreneuriat féminin. Nous examinons dans quelle mesure le financement participatif permet d'éliminer ou, tout au moins, de réduire le biais de genre en matière de financement. Au moyen d'une revue de la littérature théorique et empirique, cet article tente de répondre aux questions suivantes : Pourquoi les femmes entrepreneures font-elles face à des contraintes financières? Sont-elles découragées à aller chercher du financement en faveur de leurs homologues hommes? Le financement participatif constitue-t-il une option de financement innovante pour stimuler l'entrepreneuriat féminin?

Le plan de l'article s'articulera comme suit : la première section dresse un état des lieux de l'entrepreneuriat au Canada. La deuxième présente les explications quant aux obstacles liés au financement traditionnel des PME détenues par des femmes. La troisième section expose comment le financement participatif apparaît comme une solution innovante aux inégalités en matière de financement entre les femmes et les hommes d'affaires. Enfin, la conclusion résume nos résultats et propose des voies de recherche.

1. État des lieux de l'entrepreneuriat au Canada

1.1 L'importance des PME canadiennes

Le développement et la prospérité des économies nationales passent inéluctablement par l'entrepreneuriat¹ et l'innovation. Dans plusieurs pays, à l'instar du Canada, les petites et moyennes entreprises (PME) constituent le pilier de l'économie. Elles sont considérées comme le moteur de la croissance, de l'innovation et de la création d'emplois.

Selon le rapport d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE, 2020), les PME représentent 98 % du tissu économique canadien, emploient 88,5 % de l'ensemble de la main-d'œuvre du secteur privé et contribuent pour 53,8 % au produit intérieur brut (PIB) généré par le secteur privé. *L'Enquête sur le financement et la croissance des PME* de 2017 (ISDE, 2018) révèle que 37 % des PME canadiennes ont introduit au moins un type d'innovation entre 2015 et 2017, soit sous forme d'innovation organisationnelle, de produit, de commercialisation ou de processus.

1.2 La place des entreprises appartenant à des femmes au Canada

Au fil des ans, il est de plus en plus reconnu que la diversité et l'inclusion constituent des leviers d'innovation et de prospérité (PCFE, 2020). Chemin faisant, les PME appartenant à des femmes représentent une composante de plus en plus croissante du secteur des petites entreprises.

Le rapport du Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE, 2020) révèle qu'à l'échelle internationale, il y a plus de 163 millions de créatrices d'entreprises dans le monde. Plus de 98 millions de PME sont majoritairement détenues par des femmes et constituent une source considérable d'emplois et d'innovation. D'après une étude menée par le Boston Consulting Group (2019), 5000 milliards de dollars américains supplémentaires seraient injectés dans l'économie mondiale en stimulant l'entrepreneuriat féminin.

Innovation, Sciences et Développement économique Canada mentionne que le Canada pourrait ajouter jusqu'à 150 milliards de dollars au PIB en favorisant la participation économique des femmes à l'économie (Développement Économique Canada pour le Québec, 2020). Dans le but de « favoriser la participation pleine et égale des femmes à l'économie », le gouvernement du Canada a mis en place une « Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE), un investissement de près de 5 milliards de dollars, qui vise à améliorer l'accès des entreprises dirigées par des femmes au financement, aux talents, aux réseaux et à l'expertise dont elles ont besoin pour démarrer, développer et accéder à de nouveaux marchés »². La SFE vise à doubler le nombre d'entrepreneures canadiennes d'ici 2025.

De plus, il existe plusieurs organismes canadiens qui contribuent au développement de l'entrepreneuriat féminin en offrant du financement et de l'accompagnement adaptés aux besoins des femmes entrepreneures. À titre d'exemples, nous pouvons citer Women's Enterprise Organizations of Canada (WEOC), Women Business Enterprises Canada (WBE), le Forum of Women Entrepreneurs (FWE), la Canadian Women's Chamber of Commerce (CanWCC), l'Organization of Women in International Trade (OWIT), Femmessor et SheEO. Dans ce domaine, le Canada apparaît comme un leader mondial (PCFE, 2020).

Selon la plus récente *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* (ISDE, 2018), 15,6 % des PME canadiennes appartiennent majoritairement à des femmes. Il y avait environ 114 000 entreprises canadiennes détenues par des femmes en 2017. Fait marquant, le taux de croissance des PME canadiennes appartenant à des femmes est supérieur à celui des entreprises appartenant à des hommes, tant sur le plan du nombre d'entreprises que du nombre d'emplois (Grekou et collab., 2018). Entre 2014 et 2017, le nombre d'entreprises détenues majoritairement par des femmes a augmenté de 50 % (PCFE, 2020). Comme le montre la figure 1, les entreprises appartenant à des femmes se trouvent principalement dans les industries de services, du social, de la santé et de la beauté ainsi que de l'alimentation (PCFE, 2020).

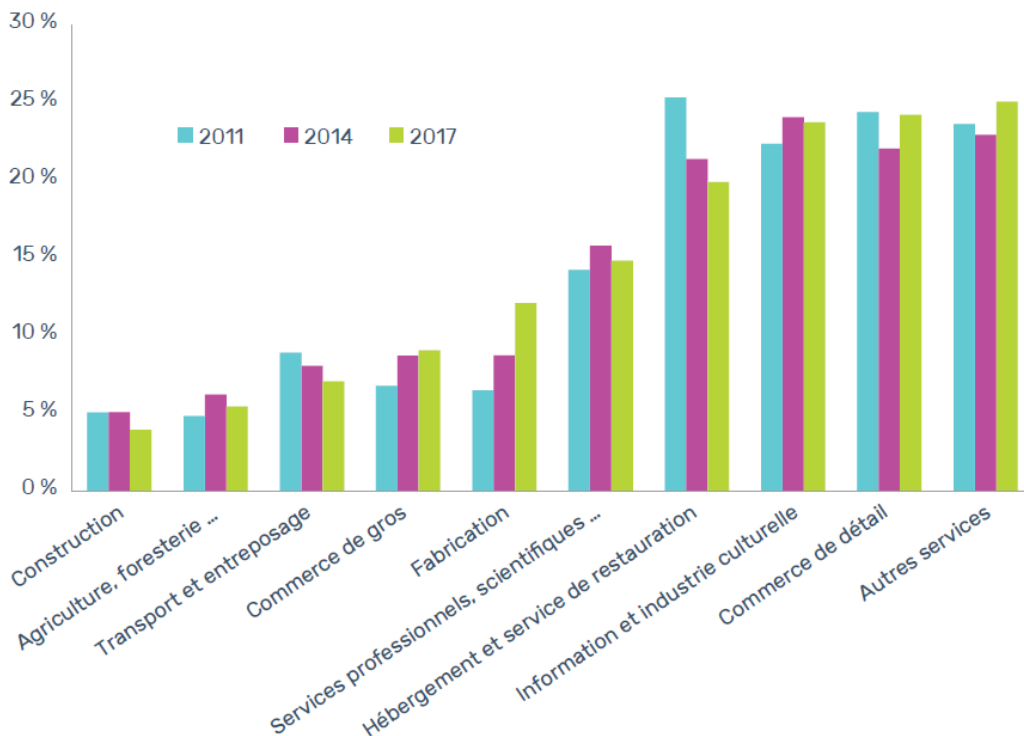


Figure 1 – Pourcentage des PME détenues par des femmes selon l'industrie
Source : PCFE, 2020

Le PCFE révèle aussi que 92,7 % de ces entreprises sont des microentreprises ayant moins de 20 employés. En 2019, les femmes représentaient plus de 37 % des travailleurs autonomes canadiens (PCFE, 2020). L'étude réalisée par le Global Entrepreneurship Monitor (2018) dévoile quant à elle que les femmes entrepreneures³ canadiennes se retrouvent dans tous les groupes d'âge. Néanmoins, la proportion des femmes canadiennes participant au démarrage d'entreprises est plus élevée pour les

25-44 ans, tandis que cette proportion est plus faible pour les 18-24 ans.

Par ailleurs, cette étude démontre que les entrepreneures canadiennes sont hautement scolarisées et qu'elles sont propriétaires d'entreprise en démarrage (*startup*) ou d'entreprise établie. Elles sont par ailleurs plus jeunes et la croissance de leurs activités est plus lente que leurs homologues hommes (voir figure 2).

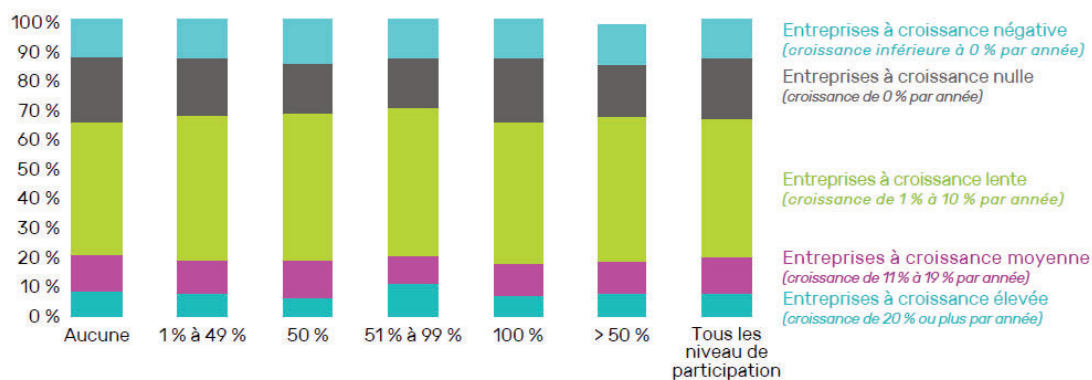


Figure 2 – Croissance des entreprises selon la participation féminine à la propriété
Source : PCFE, 2020

Quant aux raisons qui poussent les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat, un rapport de Visa Canada (2019) dévoile que la recherche de l'indépendance financière constitue la principale motivation des Canadiennes à démarrer une entreprise.

2. Entrepreneuriat féminin et accès au financement traditionnel

En matière de financement traditionnel, le biais de genre est très marqué (Coleman et Robb, 2009). En effet, plusieurs travaux de recherche montrent que les femmes entrepreneures rencontrent davantage de contraintes financières que leurs homologues hommes (Carter et Rosa, 1998; Coleman, 2000; Alsos et collab., 2006; Malmström et collab., 2017; Carter et collab., 2007; Coleman et Robb, 2009; Bosse et Taylor, 2012; Eddleston et collab., 2016). Ainsi, les femmes entrepreneures sont moins susceptibles d'obtenir du financement externe sous forme de dette bancaire (Eddleston et collab., 2016; Galli et collab., 2020), de fonds providentiels (Becker-Blease et Sohl, 2007) ou de capital-risque

(Canning et collab., 2012). En 2018, les entrepreneures américaines n'ont reçu que 2 % du financement par capital-risque (Hinchliffe, 2019).

Soulignons en outre que l'accès au financement externe est crucial pour les entreprises, en particulier pour celles qui sont en démarrage afin d'assurer leur survie et leur croissance. Néanmoins, les femmes entrepreneures recourent principalement à des fonds personnels pour démarrer leur entreprise (Coleman et Robb, 2009). Au Canada, 84 % des entrepreneures utilisent du financement personnel pour le démarrage de leurs activités (voir tableau 1). À l'échelle internationale, le rapport de HSBC Private Banking (2019) révèle que les femmes entrepreneures obtiennent 5 % moins de capital que leurs homologues hommes. De plus, 58 % des entrepreneures se disent préoccupées par le biais de genre dans le processus de levée de capitaux. Ces contraintes financières ont été identifiées comme une source majeure de la faible croissance et de la sous-performance des entreprises détenues par des femmes, comparativement à celles appartenant à des hommes (Carter et Rosa, 1998; Marlow et Patton, 2005).

Financement de démarrage selon le % de femmes propriétaires	Aucune femme	> 50 % de femmes
Crédit auprès d'institutions financières	38,0 %	32,6 %
Financement personnel utilisé pour l'entreprise	83,0 %	84,0 %
Financement provenant d'amis ou de parents	16,8 %	16,2 %
Bénéfices non répartis (activités antérieures et autres activités)	11,6 %	12,2 %
Crédit commercial de la part des fournisseurs	17,9 %	10,1 %
Location-acquisition	12,9 %	7,3 %
Prêts gouvernementaux, subventions et contributions non remboursables	3,8 %	4,9 %
Financement provenant d'investisseurs providentiels et de capitaux-risqueurs	2,4 %	0,6 %
Autres	2,3 %	2,8 %

Tableau 1 – Financement de démarrage selon la participation féminine à la propriété en 2017 au Canada
Source : PCFE, 2020

Différentes approches théoriques ont tenté d'expliquer les raisons pour lesquelles les femmes entrepreneures se heurtent à des obstacles les empêchant d'accéder au financement externe formel⁴. D'abord, des facteurs structurels liés à l'offre et à la demande des capitaux seraient à l'origine de l'écart entre les genres en matière de financement (Coleman et Robb, 2009). En ce qui concerne l'offre des capitaux, les prêteurs préfèrent financer des entreprises de grande

taille et bien établies (Coleman, 2000). Il en résulte ainsi une discrimination à l'égard des femmes entrepreneures en quête de financement et dont les entreprises sont de plus petite taille. Du côté de la demande de capitaux, les femmes entrepreneures sont plus réticentes au risque et moins confiantes quant à leur capacité de négociation du financement (Coleman, 2000; Galli et collab., 2020). Par conséquent, elles sont plus réticentes à assumer le fardeau de la dette et

moins enclines à solliciter du financement bancaire. Elles sont alors qualifiées d'emprunteurs découragés (Galli et collab., 2020).

D'un autre côté, la théorie de la congruence des rôles (*role congruency theory*) développée par Eagly et Karau (2002)⁵ soutient que les femmes sont souvent perçues moins favorablement lorsqu'elles occupent des postes dont la norme serait masculine. Dans cette perspective, les stéréotypes de genre reflètent des croyances selon lesquelles l'entrepreneur idéal est un homme, et non une femme⁶ (Ahl, 2006).

En matière de financement, certains travaux de recherche soutiennent que, lors de l'évaluation des demandes de crédit, les institutions prêteuses considèrent des critères différents et même subjectifs selon que l'entrepreneur est un homme ou une femme, et ce, en défaveur de ces dernières (Fay et Williams, 1993; Orser et Foster, 1994). Ainsi, les bailleurs de fonds entretiennent eux aussi des stéréotypes de genre et sont alors peu enclins à financer les entreprises détenues majoritairement par des femmes (Malmström et collab., 2017; Eddleston et collab., 2016). Ces stéréotypes de genre compliquent davantage l'accès au financement des femmes entrepreneures, qu'il s'agisse de financement par dettes ou par des fonds propres externes.

Concernant le financement par dettes, ses modalités sont moins avantageuses pour les femmes, en particulier pour celles dont les entreprises sont de petite taille. En effet, en utilisant un échantillon de PME américaines, les résultats obtenus par Coleman (2000) confirment que les prêteurs exigent des taux d'intérêt plus élevés et plus de garantie aux femmes. Elles obtiennent par ailleurs des montants de financement bancaire plus modestes. Toutefois, en développant leur relation d'affaires avec leur institution financière principale, les femmes entrepreneures sont plus susceptibles d'obtenir des modalités de financement plus favorables (Coleman, 2000).

Dans le cadre d'une étude internationale, Muravyev et ses collègues (2009) ont examiné si les décisions des institutions concernant les demandes de prêt sont influencées par le genre des personnes qui empruntent. Leurs résultats confirment l'hypothèse selon laquelle les décisions des institutions financières sont discriminatoires en défaveur des femmes. Plus particulièrement, leurs résultats montrent que les femmes entrepreneures ont moins de chance d'obtenir un prêt et que les taux d'intérêt qui leur sont accordés sont

plus élevés⁷. Dans ce contexte, Muravyev et ses collègues (2009) qualifient les femmes entrepreneures d'emprunteurs découragés (*discouraged borrowers*).

Selon Mijid (2015), le refus des demandes de prêt antérieures décourage les femmes entrepreneures à solliciter de la dette bancaire. Dans ces conditions, elles sont prises dans un cercle vicieux entre l'accès au financement bancaire et la croissance. Alors que la petite taille et la faible croissance de leur entreprise entravent leur capacité à obtenir du financement bancaire, l'accès limité à ce dernier freine à son tour sa croissance (Eddleston et collab., 2016). S'intéressant à l'effet modérateur du genre sur l'accès à la dette bancaire, Eddleston et ses collègues (2016) démontrent que les institutions prêteuses évaluent différemment les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes. Plus spécifiquement, les entrepreneures dont l'entreprise est rentable et de grande taille sont susceptibles d'obtenir moins de financement bancaire que leurs homologues hommes. Ainsi, une entreprise d'une plus grande taille et plus rentable est perçue par les prêteurs comme un signal positif de solvabilité pour les entrepreneurs hommes, mais beaucoup moins pour leurs homologues femmes.

Récemment, Galli et ses collègues (2020) tiennent compte des différentes phases du cycle économique et montrent que le découragement des femmes entrepreneures à solliciter du financement bancaire persiste aussi bien dans les phases d'expansion que de ralentissement de l'économie. De plus, leurs travaux soutiennent que les femmes entrepreneures sont moins susceptibles de faire une demande de prêt bancaire⁸ principalement durant les périodes de ralentissement économique. Par ailleurs, leurs résultats soulignent que le biais de genre entretenu par les prêteurs en défaveur des femmes entrepreneures ne survient que pendant la phase d'expansion du cycle économique.

Toutefois, l'étude de Muravyev et ses collègues (2009) révèle que le biais de genre en matière de financement est moins marqué dans les pays où les marchés financiers sont plus développés, ce qui se traduit par un faible taux de rejet des demandes de prêt et par moins d'exigences en matière de garantie pour les femmes entrepreneures. Ainsi, ces résultats confirment l'argument selon lequel les inégalités d'accès au financement entre les femmes et hommes disparaissent lorsqu'il y a davantage de concurrence entre les bailleurs de fonds (Becker, 1957).

Les barrières de financement auxquelles se heurtent les femmes entrepreneures sont aussi expliquées par le genre des responsables de prêt au sein des institutions financières. Partant de ce constat, certains travaux de recherche s'intéressent au genre des prêteurs pour explorer si les perceptions de solvabilité de ces personnes sont différentes selon qu'elles sont un homme ou une femme (Carter et collab., 2007; Bellucci et collab., 2010). D'un côté, Bellucci et ses collègues (2010) trouvent que les banques exigent moins souvent de garanties pour les femmes entrepreneures quand le responsable de prêt est une femme. De l'autre, Carter et ses collègues (2007) soutiennent que les critères et les processus décisionnels des responsables de prêt masculins sont différents de ceux de leurs consœurs, ce qui pourrait entraîner des disparités en matière de financement en défaveur des femmes.

D'autres travaux de recherche s'intéressent principalement au financement de démarrage des entreprises détenues majoritairement par des femmes (Alsos et collab., 2006; Coleman et Robb, 2009; Becker-Blease et Sohl, 2007). Dans ce contexte, le financement par fonds propres externes sous forme de capital-risque apparaît comme une source de financement fondamentale pour les entreprises en phase de démarrage (Becker-Blease et Sohl, 2007). Néanmoins, Malmström et ses collègues (2017) révèlent qu'une très grande majorité d'investisseurs en capital-risque décrivent les femmes avec des termes réducteurs et de nature à amoindrir leur crédibilité, leurs connaissances, leur fiabilité et leur expérience. C'est pourquoi les entreprises appartenant majoritairement à des femmes sont amenées à utiliser grandement l'autofinancement pour financer leurs activités. Toutefois, puisque les fonds internes sont souvent limités, cela freine la croissance de leur entreprise ainsi que le lancement de nouveaux services et produits (Chaganti et collab., 1996).

En somme, les femmes entrepreneures obtiennent moins de financement par capital-risque ou par financement providentiel que leurs homologues hommes (Malmström et collab., 2017; Alsos et collab., 2006; Coleman et Robb, 2009; Becker-Blease et Sohl, 2007). En effet, selon Becker-Blease et Sohl (2007), 9 % des demandes de financement providentiel proviennent des femmes entrepreneures, alors que ce pourcentage est de 91 % pour les hommes. Brush et ses collègues (2008) soulignent que les femmes entrepreneures reçoivent seulement 5 % du

financement total par capital-risque. Selon ces auteurs, ce résultat s'explique par la faible présence de femmes responsables de financement dans les institutions de capital-risque.

D'autres travaux de recherche soutiennent que les bailleurs de fonds sont plus susceptibles de financer des gens d'affaires qui consacrent beaucoup d'heures à leur entreprise et ayant une expérience préalable dans le démarrage d'entreprises. Or, ces caractéristiques entrepreneuriales sont typiquement rencontrées chez les hommes et expliqueraient la discrimination des bailleurs de fonds en défaveur des femmes (Coleman et Robb, 2009).

3. Financement participatif : une option innovante au financement traditionnel pour l'entrepreneuriat féminin?

Selon la théorie de la congruence des rôles, les institutions prêteuses perçoivent une incohérence entre les caractéristiques entrepreneuriales des femmes et celles d'un entrepreneur idéal. Cela les amène à considérer les entrepreneures comme moins compétentes que leurs homologues hommes et, donc, à entretenir des préjugés discriminatoires à leur égard. C'est dans ce contexte de discrimination limitant l'accès au financement traditionnel des femmes entrepreneures que ces dernières se sont tournées vers des solutions de financement plus innovantes et accessibles. Parmi ces solutions, elles ont recours au financement participatif (*crowdfunding*), où le biais de genre est moins marqué.

Considéré comme une innovation de la technologie financière (*fintech innovation*), le financement participatif a connu un essor remarquable grâce à l'avènement d'Internet, des systèmes de paiement en ligne et des plateformes en ligne de collectes de fonds. Dans le monde, le financement participatif est passé de 1 milliard de dollars en 2011 à 34 milliards de dollars en 2018 (Parhankangas et collab., 2019). La Banque mondiale estime que le financement participatif pourrait récolter plus de 300 milliards de dollars d'ici 2025 (Meyskens et Bird, 2015).

En 2015, le Canada se plaçait au troisième rang mondial, avec 1754 campagnes financées (Fonds des médias Canada, 2016). Le financement participatif permet aux gens d'affaires de financer leur projet entrepreneurial par de faibles montants en sollicitant directement, par le biais de plateformes en ligne

(p. ex., *Kickstarter* ou *Indiegogo*), un très grand nombre de personnes (la « foule ») intéressées par lesdits projets (Short et collab., 2017).

Les premières plateformes de financement participatif ont vu le jour en 2005 en Angleterre et aux États-Unis (Goy, 2019). Le financement participatif prend plusieurs formes : 1) le don avec et sans contrepartie,

2) le prêt rémunéré et 3) la prise de participation (voir tableau 2). Contrairement aux investisseurs providentiels et en capital-risque, dont la richesse est importante, les contributeurs aux campagnes de financement participatif sont généralement des investisseurs amateurs avec une richesse personnelle modérée et ayant peu d'habiletés en matière de littératie financière (Johnson et collab., 2018).

Dons/récompenses/préventes (crowdfunding)	Prêts (crowdlending)	Investissement (crowdinvesting ou equity crowdfunding)
Don : L'individu ou l'entreprise donne une somme d'argent sans rien attendre en retour. Le reçu fiscal n'est pas une obligation. Récompense : L'individu ou l'entreprise donne une somme d'argent en échange d'une récompense qui prend la forme d'un cadeau. Prévente : L'individu ou l'entreprise donne une somme d'argent en échange d'un produit ou d'un service (préachat).	L'individu ou l'entreprise prête une somme d'argent afin de financer un projet défini. La somme prêtée lui est remboursée avec ou sans intérêt.	L'individu ou l'entreprise investit dans un projet en échange d'une prise de participation en capital (actions) dans l'entreprise.
Exemples de plateformes		
Kickstarter, Indiegogo, Ulule, La Ruche	Babyloan (Europe), Unilend (France), Kiva, Lending Loop (Canada)	Gotroo, Frontfundr (Québec)

Tableau 2 – Types de financement participatif
Source : TIESS, 2017

De nos jours, le financement participatif apparaît comme une option de financement innovante disponible aux femmes entrepreneures faisant face à des contraintes d'accès au financement traditionnel (PricewaterhouseCoopers et The Crowdfunding Center, 2017). Le rapport de ces derniers a analysé 450 000 campagnes de financement participatif de démarrage dans 205 pays pour la période allant de 2015 à 2016, et ce, à partir des neuf plus grandes plateformes de financement participatif dans le monde. Même si les hommes recourent plus souvent au financement participatif, le taux de succès des campagnes de financement des femmes est plus élevé. En effet, 22 % des campagnes menées par les femmes ont atteint leur objectif, contre 17 % de celles menées par les hommes (PWC et The Crowdfunding Center, 2017). Ce résultat est valable même dans les secteurs habituellement

dominés par les hommes (technologie) et où la présence féminine se fait rare.

Par exemple, dans le secteur de la technologie, 13 % des femmes ont réussi à atteindre leur objectif de financement, contre seulement 10 % des hommes. En outre, les projets dirigés par les femmes récoltent en moyenne des montants plus élevés. En moyenne, chaque investisseur contribue à hauteur de 87 \$ aux campagnes de financement des femmes, contre 83 \$ à celles des hommes. Aux États-Unis et en Grande-Bretagne, les deux pays où le financement participatif est le plus développé, les femmes obtiennent en moyenne près de 10 \$ de plus par investisseur que leurs homologues hommes. En particulier, ce résultat est obtenu pour des entreprises dans les secteurs de l'éducation, du divertissement et des médias, de l'hôtellerie, des loisirs et de la technologie. Enfin, le rapport de PWC

et The Crowdfunding Center (2017) valide la surperformance des campagnes de financement menées par des femmes, et ce, même dans les pays où le financement participatif est peu développé. À titre d'exemple, en Afrique, 11 % des campagnes dirigées par des femmes ont été couronnées de succès, contre 3 % de celles des hommes.

Récemment, plusieurs travaux de recherche se sont intéressés à l'accès des femmes entrepreneures au financement participatif, soit sous forme de dons avec ou sans récompense ou de prise de participation en actions (Groza et collab., 2020; Greenberg et Mollick, 2017; Johnson et collab., 2018; Colombo et collab., 2015; Gafni et collab., 2021; Kanze et collab., 2018; Geiger et Oranburg, 2018). Il en ressort que, contrairement au financement traditionnel, le taux de succès des campagnes de financement participatif des femmes entrepreneures est plus élevé que celui de leurs homologues hommes (Groza et collab., 2020; Colombo et collab., 2015).

Deux principales raisons expliquent la surperformance des campagnes de financement participatif des femmes entrepreneures. D'une part, Gorbatai et Nelson (2015) s'intéressent à l'effet du langage sur le succès des campagnes de financement participatif, tout en distinguant leurs contenus linguistiques selon le genre. Ces auteures examinent quatre dimensions différentes du contenu linguistique décrivant les campagnes de financement participatif : un langage 1) positif (sentimental), 2) vigoureux vivace, 3) inclusif et 4) des affaires. Les trois premières dimensions apparaissent comme étant les plus susceptibles d'être récompensées par les investisseurs dans les campagnes de financement participatif et d'être utilisées par les femmes. Toutefois, les hommes emploient un langage des affaires⁹ plus susceptible d'être pénalisé par les investisseurs dans les campagnes de financement participatif.

À partir de la plateforme *Indiegogo*, les résultats de l'étude de Gorbatai et Nelson (2015) soutiennent l'argument selon lequel le langage spécifique aux femmes entrepreneures contribue au succès de leur campagne de financement participatif. Ainsi, les inégalités entre les genres, plus marquées dans le cadre du financement traditionnel, se renversent grâce à un meilleur accès des femmes au financement participatif.

D'autre part, le succès des campagnes de financement des entrepreneures est aussi expliqué par le soutien indéfectible des bailleurs de fonds femmes (désigné aussi par le capital social). En effet, les bailleuses de fonds sont plus actives sur les plateformes de financement participatif que sur les marchés financiers formels (Greenberg et Mollick, 2017).

En s'appuyant sur les théories des choix homophiles (*theories of choice homophily*), certaines études démontrent que les bailleuses de fonds ont tendance à soutenir financièrement leurs semblables (femmes) dans leur campagne de financement participatif (Groza et collab., 2020; Greenberg et Mollick, 2017). Parce qu'elles ont une identité sociale commune qui les expose à des barrières structurelles qu'elles partagent avec les entrepreneures, les bailleuses de fonds sont plus susceptibles d'accorder du soutien financier à leurs semblables, en particulier dans les secteurs où les femmes sont sous-représentées (technologie). Ainsi, elles utilisent leur pouvoir de financement (*activist choice homophily*) pour faire progresser la représentativité des femmes entrepreneures dans des secteurs dominés traditionnellement par les hommes, dont celui de la technologie.

Par ailleurs, contrairement au financement traditionnel, où les femmes font face au biais de genre, Johnson et ses collègues (2018) soutiennent qu'en matière de financement participatif, les bailleurs de fonds perçoivent les femmes entrepreneures comme étant plus dignes de confiance que leurs homologues hommes. Ils ne les considèrent pas non plus comme moins compétentes, ce qui favorise leur accès au financement participatif.

La majorité des travaux ayant montré la surperformance des campagnes de financement participatif des femmes entrepreneures se sont principalement intéressés au financement sous forme de dons avec ou sans récompense. Quand il s'agit de financement participatif sous forme de prise de participation en actions, les résultats sont contraires et le biais de genre en matière de financement demeure marqué (Kanze et collab., 2018; Geiger et Oranburg, 2018). En effet, les caractéristiques des investisseurs contribuant à du financement participatif sous forme de dons avec ou sans récompense sont différentes de celles dont le soutien financier prend la forme de prise de participation en actions.

D'abord, les contributions financières des premiers sont plus modestes que celles des derniers. De plus, les investisseurs en prise de participation en actions souhaitent connaître profondément l'entrepreneur et l'entreprise, puis prennent leurs décisions d'investissement en évaluant le risque et la rentabilité des projets faisant l'objet de financement. Quant aux investisseurs qui contribuent sous forme de dons avec récompense, ils souhaitent plutôt soutenir un créateur ou obtenir en primeur un produit innovant (Groza et collab., 2020). De plus, le financement participatif sous forme de prise de participation en actions s'apparente davantage à du financement par capital-risque (Geiger et Oranburg, 2018). Ainsi, à l'instar des investisseurs en capital-risque, les investisseurs en financement participatif sous forme d'actions considèrent les femmes entrepreneures comme ayant moins de connaissances et comme étant moins crédibles, fiables et expérimentées (Malmström et collab., 2017). Dans ces conditions, ils sont alors moins susceptibles de leur accorder du financement.

En somme, les résultats des travaux de recherche portant sur le financement participatif sous forme de dons avec ou sans récompense ne doivent pas être généralisés au contexte du financement participatif en actions (Geiger et Oranburg, 2018). Ainsi, les barrières d'accès au financement des femmes entrepreneures sont atténuées dans le cadre de financement participatif qui prend principalement la forme de dons avec ou sans récompense.

Conclusion

L'accès à des ressources financières demeure une préoccupation principale pour les femmes entrepreneures. En effet, le biais de genre est très marqué en matière de financement traditionnel, notamment en raison de la sous-représentativité des femmes dans le secteur financier.

De plus, les entreprises appartenant à des femmes sont perçues par les institutions prêteuses comme

étant plus risquées. Les demandes de crédit formulées par les femmes entrepreneures sont alors souvent refusées ou accordées à des conditions moins favorables. Ce phénomène, qu'on désigne par le *second plafond de verre*, est considéré comme un frein à la création, à la survie et à la croissance des entreprises appartenant à des femmes.

Les travaux empiriques portant sur ce phénomène sont encore limités, en particulier au Canada (PCFE, 2020). Une voie de recherche serait d'examiner empiriquement dans quelle mesure le biais de genre en matière de financement affecte l'accès aux capitaux des femmes entrepreneures canadiennes. Or, le succès des entreprises détenues majoritairement par des femmes est primordial à la croissance des économies nationales. Il est alors essentiel d'améliorer leur accès aux capitaux.

Dans ce contexte, le financement participatif s'avère un mode de financement alternatif et innovant permettant d'éliminer ou, tout au moins, de réduire les obstacles et l'accès limité aux sources financières traditionnelles pour les femmes entrepreneures. Il s'agit tout particulièrement du financement participatif sous forme de dons avec ou sans récompense (p. ex., un exemplaire gratuit du produit final, un accès gratuit à un service) dont les montants collectés sont bien inférieurs à ceux obtenus avec du financement participatif sous forme de participation en actions. Toutefois, les PME détenues par les femmes ont besoin de montants considérables pour financer leur croissance et leur développement. Par conséquent, afin de stimuler et de favoriser l'entrepreneuriat féminin au Canada, il serait important de mieux comprendre empiriquement les disparités entre les hommes et les femmes en matière de financement participatif en distinguant les différentes formes, soit i) les dons avec et sans récompense, ii) la prise de participation en actions et iii) le prêt, tout en proposant des solutions et des recommandations aux femmes entrepreneures.

NOTES

- 1 Selon le Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE, 2020), « un « entrepreneur » est le plus souvent défini comme le ou la propriétaire d'une PME constituée en société employant au moins une personne » (p. 4).
- 2 <https://www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/fra/accueil>
- 3 Toujours selon la définition du PCFE (2020), soit « un « entrepreneur » est le plus souvent défini comme le ou la propriétaire d'une PME constituée en société employant au moins une personne » (p. 4).

- 4 Financement provenant d'investisseurs providentiels et de capital-risque ainsi que financement bancaire.
- 5 Selon cette théorie, les femmes seraient souvent considérées comme devant remplir un rôle familial, plutôt qu'un rôle entrepreneurial.
- 6 Le manque de modèle d'entrepreneures femmes est à l'origine de ce constat.
- 7 Même après avoir pris en compte les caractéristiques de performance et de solvabilité des entreprises.
- 8 Leurs fonds internes sont suffisants.
- 9 Soit un langage faisant souvent référence à l'argent.

RÉFÉRENCES

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Alsos, G. A., Isaksen, E. J. et Ljunggren, E. (2006). New venture financing and subsequent business growth in men- and women-led businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 667-686. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00141.x>
- Autorité des marchés financiers (AMF) du Québec. <https://lautorite.qc.ca/professionnels/valeurs-mobilières-et-dérivés/financement-participatif-en-capital>
- Becker, G. (1957). *The economics of discrimination*. University of Chicago Press.
- Becker-Blease, J. R. et Sohl, J. (2007). Do women-owned businesses have equal access to angel capital? *Journal of Business Venturing*, 22(4), 503-521. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.06.003>
- Bellucci, A., Borisov, A. et Zazzaro, A. (2010). Does gender matter in bank-firm relationships? Evidence from small business lending. *Journal of Banking & Finance*, 34(12), 2968-2984. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.07.008>
- Bosse, D. A. et Taylor, P. L. (2012). The second glass ceiling impedes women entrepreneurs. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 17(1), 52-68. https://www.researchgate.net/publication/235625356_The_second_glass_ceiling_impedes_women_entrepreneurs
- Boston Consulting Group. (2019). *The most innovative companies 2019: The rise of AI, platforms, and ecosystems*. <https://www.bcg.com/publications/collections/most-innovative-companies-2019-artificial-intelligence-platforms-ecosystems>
- Brush, C., Carter, N.M., Gatewood, E. J., Greene, P. G. et Hart, M. (2008). The Diana Project: Women Business Owners and Equity Capital: The Myths Dispelled. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1262312
- Canning, J., Wang, Y. et Haque, M. (2012). *Women at the wheel: Do female executives drive start-up success?* Dow Jones and Company.
- Carter, S. et Rosa, P. (1998). Indigenous rural firms: Farm enterprises in the UK. *International Small Business Journal*, 16(4), 15-27. <https://doi.org/10.1177/0266242698164001>
- Carter, S., Shaw, E., Lam, W. et Wilson, F. (2007). Gender, entrepreneurship, and bank lending: The criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications. *Feminist Review*, 31(3), 30-47. <https://doi.org/10.1057/fr.2008.35>
- Chaganti, R., DeCarolis, D. et Deeds, D. (1996). Predictors of capital structure in small ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(2), 7-18. <https://doi.org/10.1177/104225879602000202>
- Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men- and women- owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37-52. https://www.researchgate.net/publication/280017695_Access_to_capital_and_terms_of_credit_A_comparison_of_men-_and_women-owned_small_businesses
- Coleman, S. et Robb, A. (2009). A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman Firm Survey data. *Small Business Economics*, 33. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9205-7>
- Colombo, M., Franzoni, C. et Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100. <https://doi.org/10.1111/etap.12118>
- Développement Économique Canada pour le Québec. (2020). Encourager l'entrepreneuriat féminin du Québec pour une économie plus forte. <https://www.canada.ca/fr/developpement-economique-regions-quebec/nouvelles/2020/08/investissements-dec-pour-soutenir-lentrepreneuriat-feminin.html>

-
- Eagly, A. H. et Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598. <https://doi.org/10.1037/0033-295x.109.3.573>
- Eddleston, K. A., Ladge, J. J., Mitteness, C. et Balachandra, L. (2016). Do you see what I see? Signaling effects of gender and firm characteristics on financing entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 489-514. <https://doi.org/10.1111/etap.12117>
- Fay, M. et Williams, L. (1993). Gender bias and the availability of business loans. *Journal of Business Venturing*, 8(4), 363-376. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90005-P](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90005-P)
- Fonds des médias du Canada. (2016). Statistiques : le financement participatif au Canada en 2015. <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/statistiques-le-financement-participatif-au-canada-en-2015/>
- Gafni, H., Marom, D., Robb, A. et Sade, O. (2021). Gender dynamics in crowdfunding (Kickstarter): Evidence on entrepreneurs, backers, and taste-based discrimination. *Review of Finance*, 25(2), 235-274. <https://doi.org/10.1093/rof/rfaa041>
- Galli, E., Mascia, D. V. et Rossi, S. P. S. (2020). Bank credit constraints for women-led SMEs: Self-restraint or lender bias? *European Financial Management*, 26(4), 1147-1188. <https://doi.org/10.1111/eufm.12255>
- Geiger, M. et Oranburg, S. (2018). Female entrepreneurs and equity crowdfunding in the US: Receiving less when asking for more. *Journal of Business Venturing Insights*, 10, e00099. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.e00099>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Global report 2017-2018*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report>
- Gorbatai, A. et Nelson, L. (2015). *The narrative advantage: Gender and the language of crowdfunding*. <http://faculty.haas.berkeley.edu/gorbatai/working%20papers%20and%20word/Crowdfunding-GenderGorbataiNelson.pdf>
- Goy, O. (2019). Le financement participatif, nouvelle voie de financement pour les PME. *Annales des mines : Réalités industrielles*, 1, 51-54. <https://doi.org/10.3917/rindu1.191.0051>
- Greenberg, J. et Mollick, E. (2017). Activist choice homophily and the crowdfunding of female founders. *Administrative Science Quarterly*, 62(2), 341-374. <https://doi.org/10.1177/0001839216678847>
- Greene, P., Brush, C., Hart, M. et Saporito, P. (2001). Patterns of venture capital funding: Is gender a factor? *Venture Capital*, 3(1), 63-83. <https://doi.org/10.1080/13691060118175>
- Grekou, D., Li, J. et Liu, H. (2018). *The measurement of business ownership by gender in the Canadian Employer-Employee Dynamics Database*. Statistique Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-633-x/11-633-x2018017-eng.htm>
- Groza, M. P., Groza, M. D. et Barral, L. M. (2020). Women backing women: The role of crowdfunding in empowering female consumer-investors and entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 117, 432-442. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.013>
- Hinchliffe, E. (2019, 28 janvier). Funding for female founders stalled at 2.2% of VC dollars in 2018. *Fortune*. <https://fortune.com/2019/01/28/funding-female-founders-2018/>
- HSBC Private Banking. (2019). *She's the business*. <https://www.privatebanking.hsbc.com/women-and-wealth/introducing-she-is-the-Business>
- Innovation, Sciences et Développement économique Canada. (2018). Résumé sur l'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises. <https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/03086.html>
- Innovation, Sciences et Développement économique Canada. (2020). Principales statistiques relatives aux petites entreprises. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/KSBS_2020_FR.pdf/\\$file/KSBS_2020_FR.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/KSBS_2020_FR.pdf/$file/KSBS_2020_FR.pdf)
- Johnson, M., Stevenson, R. et Letwin, C. (2018). A woman's place is in the... startup! Crowdfunder judgments, implicit bias, and the stereotype content model. *Journal of Business Venturing*, 33(6), 813-831. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.04.003>
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A. et Higgins, E. T. (2018). We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding. *Academy of Management Journal*, 61(2). <https://doi.org/10.5465/AMJ.2016.1215>
- Malmström, M., Johansson, J. et Wincent, J. (2017). Gender stereotypes and venture support decisions: How governmental venture capitalists socially construct entrepreneurs' potential. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 833-860. <https://doi.org/10.1111/etap.12275>

- Marlow, S. et Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 717-735. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x>
- Meyskens, M. et Bird, L. (2015). Crowdfunding and value creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5, 155-166. <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0007>
- Mijid, N. (2015). Why are female small business owners in the United States less likely to apply for bank loans than their male counterparts? *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27(2), 229-249. <http://dx.doi.org/10.1080/08276331.2015.1012937>
- Muravyev, A., Oleksandr, T. et Schäfer T. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2), 270-286. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2008.12.001>
- Orser, B. J. et Foster, M. K. (1994). Lending practices and Canadian women in micro-based businesses. *Women in Management Review*, 9(5), 11-19. <https://doi.org/10.1108/09649429410066992>
- Parhankangas, A., Mason, C. et Landström, H. (2019). Crowdfunding: an introduction. Dans H. Landström, A. Parhankangas et C. Mason (dir.), *Handbook of research on crowdfunding* (p. 1-21). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788117210.00005>
- Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (PCFE). (2020). *État des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Canada 2020*. https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/10/Etat_des_lieux_de_l'entrepreneuriat_feminin_au_Canada_2020.pdf
- PricewaterhouseCoopers et The Crowdfunding Center. (2017). *Women unbound: Unleashing female entrepreneurial potential*. <https://www.pwc.com/gx/en/diversity-inclusion/assets/women-unbound.pdf>
- Robb, A. et Wolken, J. (2002). Firm, owner, and financing characteristics: Differences between female- and male-owned small businesses. *Finance and Economics Discussion Series*, 18, 1-28. <http://dx.doi.org/10.17016/FEDS.2002.18>
- Rosa, P., Carter, S. et Hamilton, D. (1996). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, 8(6), 463-478. <https://www.jstor.org/stable/40228670>
- Rosa, J. et Sylla, D. (2016). *A comparison of the performance of majority female-owned and majority male-owned small and medium-sized enterprises*. Statistique Canada. [https://www.ic.gc.ca/eic/siTe/061.nsf/vwapj/Comparison_Performance_Female_Male_SMEs-Comparaison_Rendement_Femmes_Hommes_PME_2016-11_eng.pdf/\\$file/Comparison_Performance_Female_Male_SMEs-Comparaison_Rendement_Femmes_Hommes_PME_2016-11_eng.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/siTe/061.nsf/vwapj/Comparison_Performance_Female_Male_SMEs-Comparaison_Rendement_Femmes_Hommes_PME_2016-11_eng.pdf/$file/Comparison_Performance_Female_Male_SMEs-Comparaison_Rendement_Femmes_Hommes_PME_2016-11_eng.pdf)
- Short, J., Ketchen, D., McKenny, A., Allison, T. et Ireland, D. (2017). Research on crowdfunding: Reviewing the (very recent) past and celebrating the present. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 149-160. <https://doi.org/10.1111/etap.12270>
- Territoires innovants en économie sociale et solidaire (TIESS). (2017). *Guide sur le financement participatif pour les entreprises d'économie sociale 2017*. https://www.tiess.ca/wp-content/uploads/2017/04/TIESS_Guide_Financement_Participatif.pdf
- Visa Canada. (2019). *The state of Canadian women's entrepreneurship*. <https://www.visa.ca/dam/VCOM/regional/na/canada/small-business/documents/canada-women-entrepreneurship.pdf>
- Watson, J. (2002). Comparing the performance of male- and female-controlled businesses: Relating outputs to inputs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 91-100. <https://doi.org/10.1177/104225870202600306>