

LES CONTRIBUTIONS DES FEMMES CANADIENNES AU TOURISME RÉGÉNÉRATEUR GRACE À L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL

Étude de cas

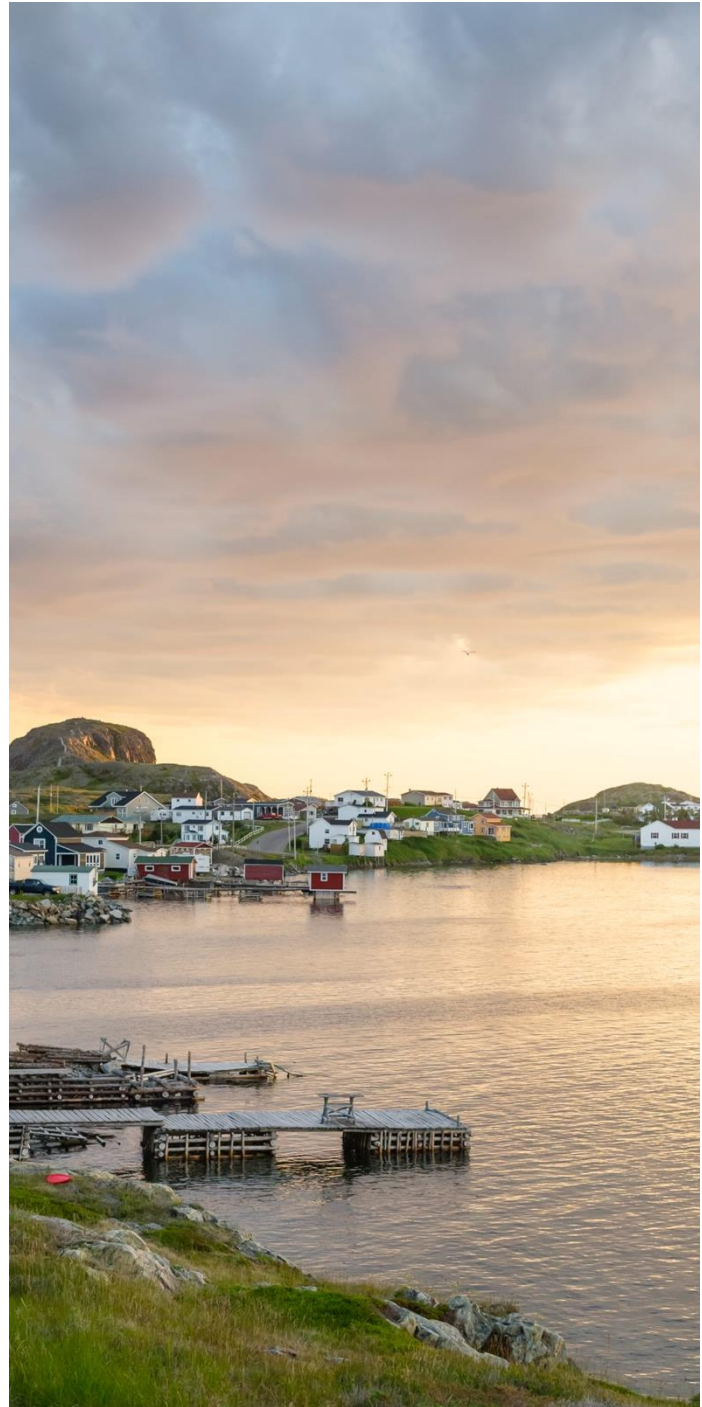
Avril 2024



INTRODUCTION

Les entrepreneurs sociaux font preuve de créativité pour pallier les lacunes dans les marchés, aborder les enjeux sociétaux et déclencher l'action en réponse aux défaillances des gouvernements. Dans le domaine touristique, ce type d'entrepreneuriat se fait un agent du changement au sein des communautés et contribue à la sensibilisation aux pratiques commerciales responsables. Ces entrepreneurs sociaux touristiques (« TSE » en anglais) défendent les intérêts locaux, les activités menées de façon responsable et l'approvisionnement local.

Dans le rapport annuel de l'État des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Canada 2023¹, le Portail des connaissances pour les femmes en entrepreneuriat constate que seulement 18 % des entreprises au Canada sont détenues en majorité par des femmes. Le rapport révèle que de nombreux obstacles nuisant à la participation des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat sont attribuables à la culture masculine, marquée par des stéréotypes culturels, l'absence de modèles de rôle, un accès insuffisant au mentorat, des occasions de financement limitées ainsi qu'un manque général de formations adaptées aux femmes. En outre, le rapport de 2022-2023 intitulé *Global Entrepreneurship Monitor*² (surveillance mondiale de l'entrepreneuriat) démontre que les entreprises établies sont généralement dirigées par des hommes, contrairement aux nouvelles entreprises. Ces perspectives semblent suggérer que la participation des femmes dans l'entrepreneuriat est un phénomène relativement récent ou que le taux de viabilité des entreprises exploitées par des femmes est inférieur à celles exploitées par des hommes. Ce rapport indique également que plus de 37 % des chefs d'entreprise affirment qu'il est difficile de lancer une entreprise.



¹ État des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Canada 2023 : Aperçu de la recherche. Sur Internet : <https://wekh.ca/research/etat-des-lieux-de-lentrepreneuriat-feminin-au-canada-2023-aperçu-de-la-recherche/?lang=fr>

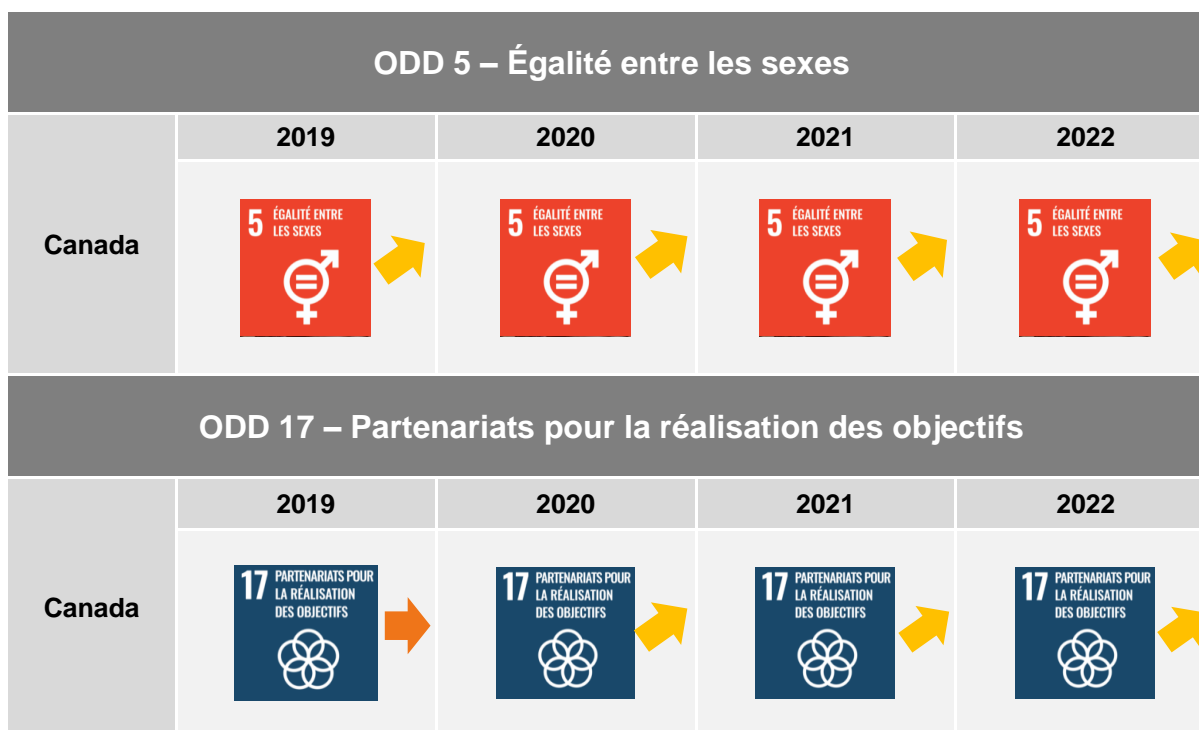
² Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2021. 2020/2021/2022 Global Report. Sur Internet (en anglais) : <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

Il est impératif d'augmenter le nombre d'entreprises exploitées par des femmes, car la recherche démontre que ces dernières jouent un rôle important dans la réalisation des objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies. Le Canada a pris du retard en matière d'appui à l'équité entre les sexes et la pandémie a exacerbé les iniquités, ralentissant les progrès en termes de partenariats (voir la figure 1). De manière tout aussi importante, les femmes entrepreneures sont reconnues comme étant des agentes essentielles du changement, capables de promouvoir le bien-être de leur communauté grâce à leur entreprise. Si nous voulons améliorer l'équité entre les sexes au Canada, il importe de comprendre les expériences vécues par les femmes qui s'investissent dans l'entrepreneuriat social touristique ainsi que le soutien dont elles ont besoin pour lancer leur entreprise et la faire prospérer. Le renforcement du soutien en matière d'équité pour les entreprises exploitées par des femmes pourrait aider à faire progresser l'objectif d'égalité entre les sexes (ODD 5) et celui visant des partenariats pour la réalisation des objectifs (ODD 17) des Nations Unies³.

Dans la figure 1, la flèche orange indique que des défis importants restent à relever tandis que la flèche rouge signale que des défis majeurs restent à relever en ce qui a trait à l'ODD particulier. La flèche ascendante indique des améliorations modérées et la flèche horizontale représente la stagnation.

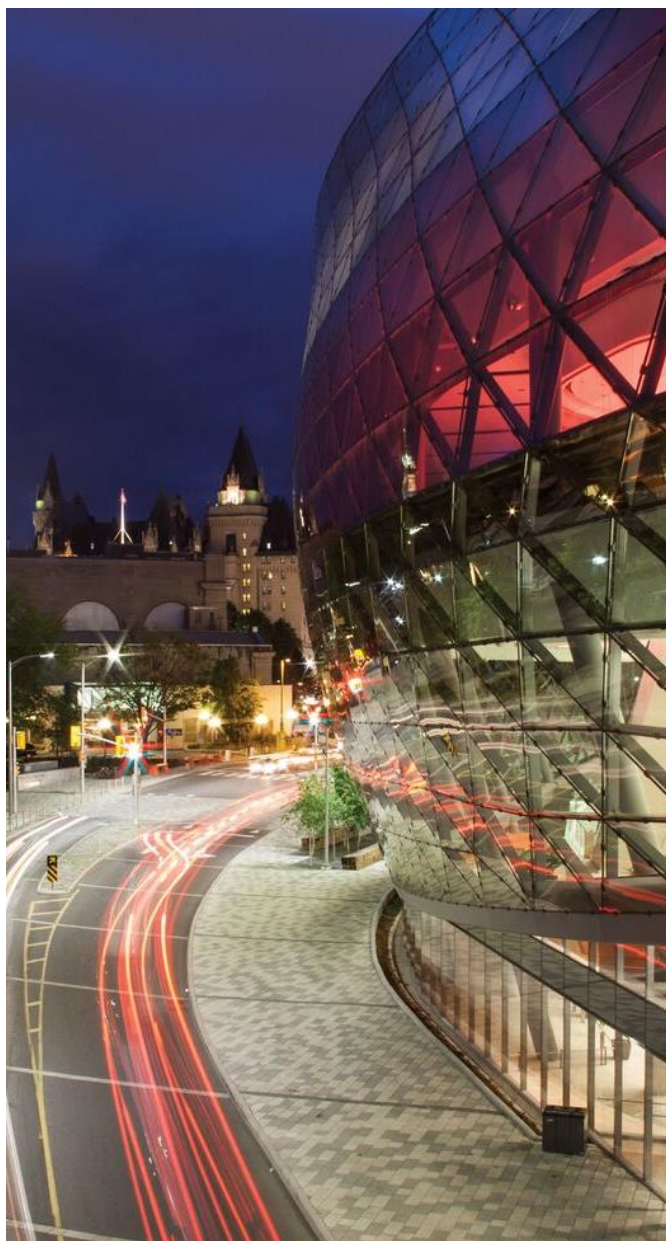
Figure 1
Les progrès du Canada par rapport aux ODD 5 et 17

- L'ODD a été atteint
- Des défis restent à relever
- Des défis importants restent à relever
- Des défis majeurs restent à relever



³ Pour de plus amples renseignements sur les 17 ODD, consultez <https://sdgs.un.org/fr/goals> et pour en savoir plus sur les efforts du Canada, consultez (en anglais) <https://dashboards.sdgindex.org/map/goals/SDG5>

DES FEMMES ENTREPRENEURES SOCIALES DU TOURISME CONTRIBUENT AUX PRATIQUES RÉGÉNÉRATRICES AU CANADA



L'entrepreneuriat social touristique au féminin joue un rôle crucial dans les pratiques régénératrices au Canada⁴, mais la littérature sur l'entrepreneuriat social reconnaissant la capacité d'agir des femmes et leur rôle dans la progression de la durabilité et du tourisme régénérateur se fait plutôt rare. En raison de cette lacune, on en sait toujours très peu sur l'expérience des femmes entrepreneures sociales dans l'industrie touristique ou le soutien qu'il leur faut pour prospérer.

La présente étude de cas a été menée par des universitaires au Département des études en loisirs de l'Université de Waterloo en Ontario. Elle fait partie d'un programme de recherche plus large bénéficiant d'une subvention de développement Savoir (2019-2023) octroyée par le Conseil des recherches en sciences humaines et d'une bourse de nouveaux chercheurs (2023-2028). Ce programme examine comment l'entrepreneuriat social touristique fait progresser le Programme 2030 pour le développement durable. Il vise également à mieux comprendre les obstacles auxquels font face les femmes et d'autres entrepreneurs sociaux du tourisme en quête d'équité. L'objectif de ces travaux est d'améliorer les mesures de soutien officielles et non officielles qui permettraient aux femmes et à d'autres groupes en quête d'équité de participer à l'entrepreneuriat touristique. Les pages qui suivent décrivent le programme de recherche de l'Université de Waterloo ainsi que ses conclusions.

⁴Boluk, K. A. et G. Panse. « Recognising the regenerative impacts of Canadian women tourism social entrepreneurs through a feminist ethic of care lens », *Journal of Tourism Futures*, n° 8(3) (2022), p. 352-366.

Boluk, K. A., G. Panse et S. E. Jeon. « Exploring the regenerative practices of Canadian women tourism social entrepreneurs: a feminist ethic of care », *Handbook on Tourism and Rural Community Development*, Edward Elgar Publishing, 2023, p. 373-385.

Panse et Boluk (à paraître). *Gender equity and women tourism social entrepreneurs*, Edward Elgar Publishing.

LE PROGRAMME DE RECHERCHE

Dans le cadre de ce programme, on a recruté 36 femmes exploitant des entreprises sociales en Ontario, en Colombie-Britannique et en Alberta. On comptait parmi ces entreprises des restaurants, des agences événementielles, des traiteurs et des boulangeries. Des questions générales ont été posées à ces femmes afin de comprendre les raisons qui les ont poussées à lancer leur entreprise, les activités durables auxquelles elles se consacrent, la collaboration avec leur communauté, les obstacles auxquels elles font face, leurs perspectives concernant le soutien nécessaire et leur vision pour l'avenir. La première série d'entrevues, d'une durée de 50 à 75 minutes, s'est déroulée de mai à juillet 2021. Notre approche s'est fondée sur une éthique de la sollicitude et nous avons conçu la recherche de manière à comprendre les expériences vécues de nos répondantes. La deuxième phase de notre projet sera axée sur les expériences des chefs d'entreprise sociale et technologique dans le domaine du tourisme pour cerner leurs contributions aux ODD et à l'avenir régénératif et pour déterminer le soutien nécessaire. Notre analyse détaillant les contributions à l'avenir du tourisme régénératif équitable est illustrée à la figure 3.

Figure 3

Contributions des femmes entrepreneures sociales du tourisme à l'avenir du tourisme régénératif juste.



COMMENT LES FEMMES CRÉENT-ELLES DE LA VALEUR SOCIALE?



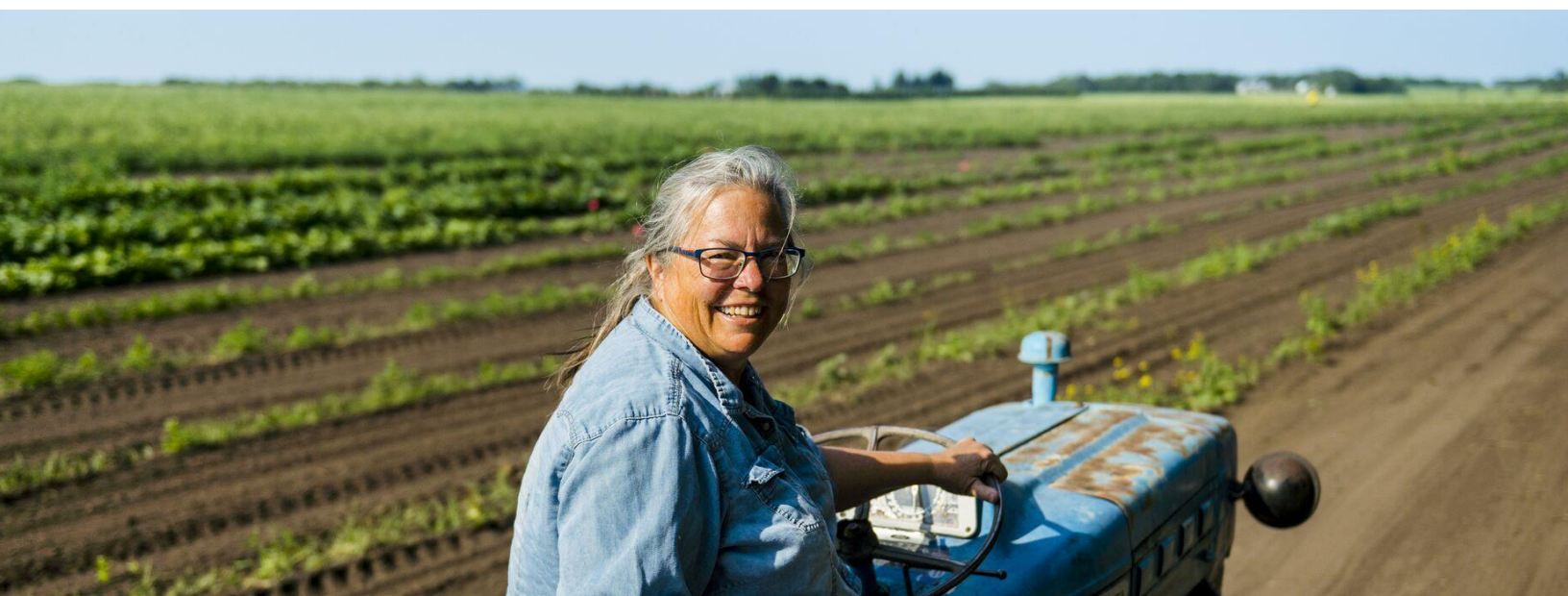
L'incarnation de l'approche du tourisme régénérateur

Une des meilleures façons d'encourager le changement est de mener le processus de front. Notre analyse a révélé que les femmes entrepreneures croyaient personnellement à la durabilité et aux pratiques régénératrices. Leurs valeurs et convictions influencent la manière dont elles dirigent leur entreprise, notamment en ce qui concerne l'amélioration du bien-être au sein de leur communauté. Plus précisément, on remarque une certaine intentionnalité dans leurs interactions avec leurs collègues, les membres de leur personnel, leurs fournisseurs et leur environnement en général. Elles font des choix réfléchis en matière de conception de produits, d'approvisionnement en matières premières, d'achat et de service à la clientèle, adoptant ainsi des pratiques régénératrices. D'autres femmes entrepreneures encourageaient aussi ces pratiques en établissant des partenariats avec des fournisseurs durables ou des entreprises autochtones, proposant ainsi à leur clientèle des produits durables de grande qualité et des ingrédients locaux.

Leur volonté d'accroître le bien-être se reflète aussi dans les moyens employés par ces femmes entrepreneures

pour offrir du soutien à leur personnel : bourses d'études et occasions de perfectionnement professionnel, promotion de l'inclusion et création d'espaces sûrs pour les communautés LGBTQ2+, offre d'aliments sains et appropriés pour les personnes souffrant d'allergies, appui aux fournisseurs autochtones ou aux commerçants équitables offrant des aliments biologiques locaux. Deux des participantes ont également décrit les efforts de leur entreprise visant à améliorer le bien-être avec notamment des programmes offrant de la nourriture aux personnes en itinérance dans leur communauté. Une autre a lancé un programme hebdomadaire de distribution alimentaire pendant les confinements liés à la pandémie de COVID-19 pour permettre à 250 enfants issus d'une communauté marginalisée d'avoir accès à des repas sains. De nombreuses participantes ont souligné l'importance de travailler avec des fournisseurs qui partagent les mêmes idées et valeurs en matière de répartition des bénéfices et d'opportunités de revenus au sein des communautés.

Encourager la consommation de « vrais » aliments



Pour de nombreuses femmes, ce sont leurs préoccupations quant à la durabilité agroalimentaire, l'origine écologique des produits et leur décision de privilégier les aliments biologiques pour leur famille qui les ont poussées à se lancer en affaires. Toutes les participantes ont d'ailleurs soulevé des préoccupations sur la production alimentaire, les produits génétiquement modifiés, le mauvais traitement des animaux et la distribution intensive de la nourriture. Conscientes des dommages causés par l'élevage commercial, plusieurs ont recherché des partenariats avec des éleveurs et des agriculteurs locaux afin d'acheter de la viande et des produits. Ces partenariats sont nés d'un intérêt mutuel à assurer le bien-être des animaux et à fournir des produits de qualité supérieure à leur clientèle. Les réponses des participantes ont démontré une prise de décisions éclairées et une préoccupation pour leur communauté et le monde qui les entoure. Les participantes encourageaient la consommation de « vrais » aliments, apaisant par le fait même leurs inquiétudes liées à la production alimentaire moderne.

Ces femmes entrepreneures s'investissent également dans l'amélioration de leur communauté sur le plan environnemental, en soutenant la chaîne de valeur, en réduisant le gaspillage, en privilégiant les produits biologiques et en se souciant du bien-être des animaux.

Cette réalité se manifeste dans leur participation à des réseaux et à des coalitions qui viennent en appui aux pratiques respectueuses et régénératrices. En effet, les femmes entrepreneures sociales dans l'industrie du tourisme s'associent à tout un éventail de réseaux alignés sur leurs valeurs visant la promotion de la durabilité socio-environnementale.

En voici quelques-uns :

- Certification B Corp (pour « beneficial corporations »)
- Certification du Fonds d'action et d'éducation juridique pour les femmes (FAEJ)
- Certification Feast On, gérée par l'Alliance du tourisme culinaire, visant à encourager les entreprises de s'approvisionner en produits cultivés en Ontario
- Reconnaissance en tant qu'employeur payant un salaire de subsistance à son personnel par le Ontario Living Wage Network, qui réclame que toutes les personnes travaillant en Ontario bénéficient de normes de travail décentes

Les entrepreneures apportaient également un soutien financier à certains réseaux, comme le Réseau canadien d'action sur les biotechnologies, qui fait la promotion de la souveraineté alimentaire, s'oppose aux aliments génétiquement modifiés et appuie le mouvement Fair Kitchens, qui réclame des services alimentaires plus équitables.

La sensibilisation pour l'avenir du tourisme régénérateur



Pour faciliter les pratiques régénératrices et encourager des mesures bénéfiques à l'avenir, la sensibilisation a été perçue comme un facteur d'influence majeur sur les échanges des chefs d'entreprise avec le personnel, la clientèle et la communauté au sens large (y compris les générations plus jeunes). Les effets positifs de la sensibilisation et de la formation se sont fait sentir dans plusieurs aspects, notamment la qualité des ingrédients utilisés, les liens entre l'alimentation et la santé générale, les échanges avec les enfants, le soutien aux pratiques inclusives et équitables en milieu de travail, la formation et le perfectionnement professionnel et le soutien à la santé mentale du personnel. Naturellement, l'engagement à la sensibilisation des générations à venir était un élément central de la philosophie des entrepreneures.

Ces femmes facilitaient la sensibilisation et le partage de connaissances dans leur communauté, notamment à leur personnel, leur clientèle et leurs partenaires, et se concentraient sur la transformation et le changement. Leurs efforts de sensibilisation ont pris différentes formes : aussi bien informelles (comme dans les communications avec les fournisseurs ou avec des échanges avec la clientèle en magasin pour mieux faire connaître les mécanismes d'approvisionnement des produits et leurs bienfaits pour la santé) que plus officielles (formations sur l'équité pour le personnel ou programmes de sensibilisation sur l'alimentation saine destinés aux jeunes). L'établissement d'un organisme à but non lucratif faisant la promotion du soutien en santé mentale et du bien-être du personnel dans le secteur de l'accueil pendant la pandémie est un autre exemple illustrant l'engagement des entrepreneures envers l'amélioration générale des pratiques de l'industrie.

LEÇONS TIRÉES

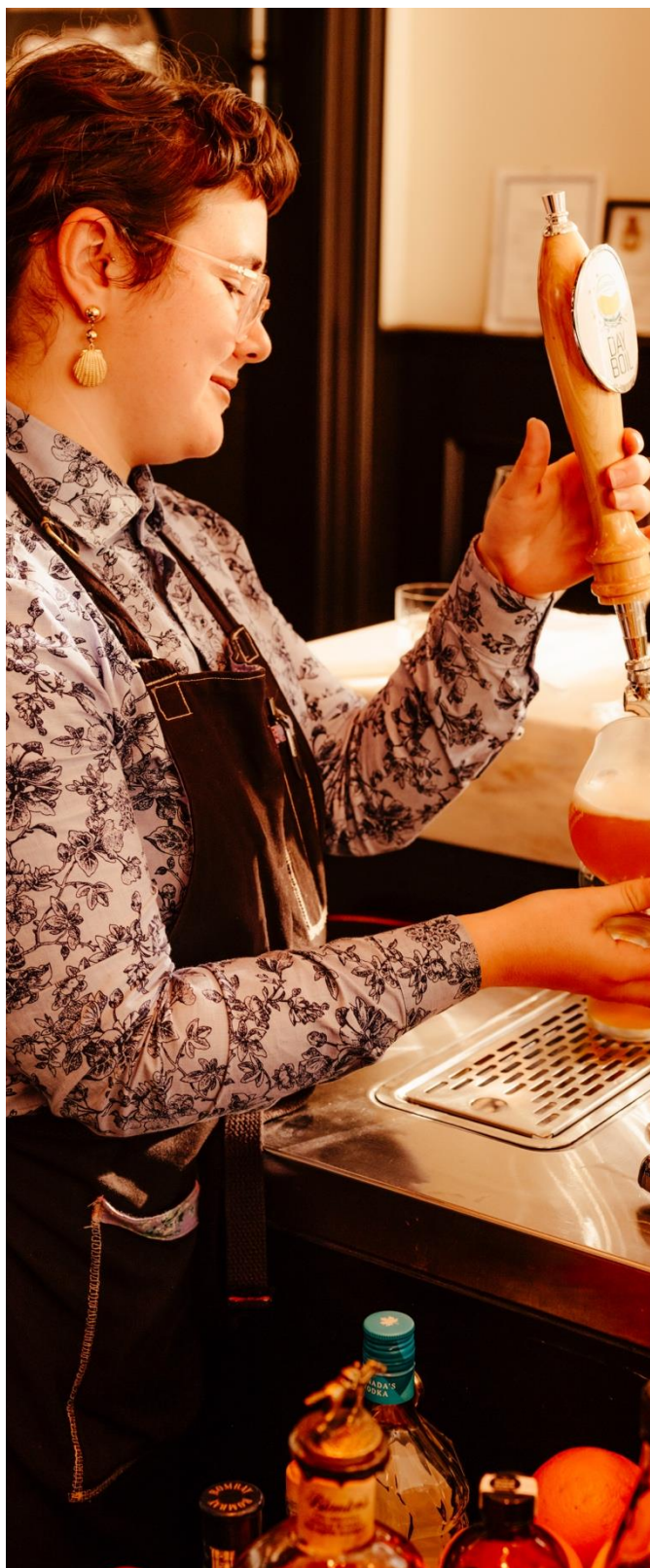
L'analyse met en évidence la nécessité de se concentrer davantage sur l'entrepreneuriat social dans le domaine du tourisme qui reconnaît la capacité d'agir des femmes et d'autres groupes en quête d'équité contribuant à l'avenir du tourisme régénératif. Bien que de nombreuses participantes ne connaissaient pas les ODD des Nations Unies, toutes contribuaient à leur avancement. Il est impératif de mettre l'accent sur l'éducation et que nous sensibilisions le public au sujet des ODD, tout en appuyant les femmes entrepreneures sociales du tourisme à faire avancer les ODD de manière délibérée.

Dans l'ensemble, cette analyse démontre que les femmes entrepreneures sociales du tourisme créent de la valeur sociale :

- en favorisant les pratiques commerciales respectueuses de l'environnement;
- en s'attaquant aux iniquités sociales avec une attention accrue envers les personnes en quête d'équité;
- en sensibilisant leur personnel, les consommateurs et la chaîne d'approvisionnement aux pratiques régénératives;
- en redonnant à la communauté et en dynamisant son tissu social;
- en prenant des décisions d'affaires qui tiennent compte des générations à venir.

Les principes et les valeurs des femmes entrepreneures sociales du tourisme se manifestent dans des actions commerciales délibérées. Leurs principes dictaient la façon dont elles interagissaient avec leurs collègues de travail, les membres du personnel, leurs fournisseurs et leur environnement, ainsi que les choix précis qu'elles faisaient lors de la création et de l'approvisionnement de leurs produits, ingrédients et matières premières. Toutes les participantes ont exprimé leur volonté d'enrichir leur communauté en offrant des occasions de formation axées sur la diversité, l'équité et l'inclusion et soulignaient l'importance des liens et du respect pour tous les êtres vivants.





Le soutien institutionnel pour les entrepreneurs sociaux issus de groupes en quête d'équité est primordial. Des mesures de soutien précises pourraient comprendre un meilleur accès aux fonds de subvention, des allègements fiscaux et des subventions gouvernementales pour veiller à ce que ces chefs d'entreprise sociale dans le domaine du tourisme ne soient pas pénalisés pour la mise en œuvre de pratiques durables et régénératrices. Davantage de ressources de formation semblent également nécessaires, sur l'entrepreneuriat social, sur les ODD, sur la gestion d'entreprise et sur les occasions de mentorat. On note enfin que des facteurs informels tels que le manque de modèles féminins ou l'absence d'un solide système de réseautage ont un important impact sur la réussite des femmes entrepreneures. Ceci serait aussi utile pour la mise sur pied d'un écosystème entrepreneurial facilitant l'incubation et le financement d'impact.

Il est évident que les femmes entrepreneures sociales dans le domaine du tourisme comblent le fossé entre la durabilité, la justice et le développement, car elles rendent service à la communauté tout en en créant des occasions économiques pour elles-mêmes et en mettant sur pied des entreprises fondées sur des valeurs. Elles favorisent ainsi une économie qui engendre des bénéfices sociaux, et pas seulement des profits.

Cette étude de cas montre comment le tourisme pourrait être plus inclusif et contribuer à l'atteinte de l'objectif 5 des Nations Unies en matière d'égalité des sexes, tout en créant des possibilités de participation permettant aux femmes de continuer à contribuer de façon concrète et utile à leur communauté.