



Sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales et participation des femmes entrepreneures aux réalisations des projets socio-éducatifs dans la région du Nord Cameroun

Mahamat Alhadji

(enseignant chercheur (MC) à l'université de Garoua, Faculté des Sciences de l'Education).

mahamatalh@yahoo.fr

Fanta Prisca

(doctorante à l'université de Garoua, option Gouvernance des Organisations Educatives).

priscafanta0@gmail.com

Abstract/ RÉSUMÉ

Notre étude portant sur la participation des femmes entrepreneures aux réalisations des projets socioéducatifs sous le prisme de la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales part du constat selon lequel, bien que les femmes soient fortement impliquées dans les activités communautaire, elles demeurent relativement peu visibles dans la participation au développement des secteurs socioéducatifs, ce qui soulève la problématique du décalage entre le dynamisme des femmes et leur faible niveau d'intervention dans les projets à portée éducative et sociale. De cette situation découle la question principale suivante : la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales influence-t-elle la participation des femmes entrepreneures aux réalisations des projets socioéducatifs dans la région du Nord Cameroun ? Comme hypothèse nous avons : la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales influence la participation des femmes aux réalisations des projets socioéducatifs. L'objectif central de la recherche est de démontrer que l'essor de l'entrepreneuriat constitue un levier déterminant de l'engagement effectif des femmes dans les projets socioéducatifs. L'étude s'appuie sur la théorie de l'autonomisation développée par Kabeer et Sen. Sur le plan méthodologique, la recherche adopte une approche quantitative, mobilisant le questionnaire comme outil de collecte des données. Les données ont été analysées à l'aide du logiciel SPSS version 27.1. Les résultats des tests d'hypothèses révèlent une confirmation à hauteur de 95 %. Ainsi la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales facilite la participation des femmes à la réalisation des projets socioéducatifs dans la région du Nord Cameroun. Cette situation ouvre des pistes de réflexion relatives au renforcement de l'accompagnement institutionnel, à l'amélioration de l'accès aux ressources et à la promotion d'une gouvernance participative plus inclusive dans la région du Nord Cameroun.

Keywords/ Mots-clés:

Initiatives entrepreneuriales ; sensibilisation ; projets socioéducatifs ; participation ; Région du Nord Cameroun.

Introduction

Dans un contexte mondial marqué par la croissance des inégalités sociales, la persistance du chômage et la vulnérabilité économique de nombreuses populations,

l'entrepreneuriat apparaît de plus en plus comme une solution stratégique de croissance et de réduction de la pauvreté. Il ne s'agit plus uniquement d'un mécanisme de création de richesse individuelle, mais d'un outil de transformation économique et sociale capable de générer de l'emploi, de stimuler l'innovation et de répondre aux besoins locaux insuffisamment couverts par les politiques publiques, (PBS, 2019). Cette vision élargie de l'entrepreneuriat rejoint les analyses de Sen (1999), pour qui le développement doit être compris comme un processus d'élargissement des capacités et des libertés individuelles. Dans cette perspective, l'entrepreneuriat devient un moyen d'accroître l'autonomie économique et la participation active des individus au développement de leur société.

Dans le même sens, les femmes occupent une place particulièrement significative. Longtemps marginalisées dans les sphères économiques formelles, elles se sont progressivement affirmées comme des actrices majeures du tissu entrepreneurial. Brush (2006) souligne que l'entrepreneuriat féminin se distingue souvent par une forte orientation relationnelle et communautaire : les femmes entrepreneures ont tendance à intégrer des objectifs sociaux dans leurs stratégies d'affaires, en investissant dans l'éducation, la santé et le bien-être familial. Cette dimension sociale rejoint également l'analyse de Kabeer (1999), qui associe l'autonomisation économique des femmes à une transformation des rapports de pouvoir au sein du foyer et de la communauté. Ainsi, leur participation aux projets socioéducatifs ne relève pas d'une simple augmentation de leurs activités économiques, mais s'inscrit dans une logique plus large d'émancipation et de changement social.

Sur le plan individuel, l'entrepreneuriat représente pour de nombreuses femmes un moyen d'accéder à l'indépendance financière, de renforcer leur estime de soi et de consolider leur pouvoir décisionnel. Sur le plan collectif, il favorise la création de réseaux de solidarité et stimule des initiatives communautaires à fort impact social. Brush et al. (2006) insistent sur le fait que les entreprises dirigées par des femmes génèrent souvent des effets multiplicateurs au sein des communautés, notamment en matière d'éducation et de développement local. Cette capacité à articuler performance économique et responsabilité sociale confère à l'entrepreneuriat féminin une portée qui dépasse largement la simple création d'unités productives.

Cette étude a donc pour objectif de montrer que la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales influence la participation des femmes entrepreneures aux réalisations des projets socio-éducatifs. Ainsi la question qui se pose est celle de savoir : la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales influence-t-elle la participation des femmes entrepreneures aux réalisations des projets socio-éducatifs? Un échantillon de 101 femmes entrepreneures de la région du Nord Cameroun permet de répondre de façon objective à nos questionnaires. Pour parvenir au bout d'une recherche bien faite nous allons d'abord présenter à la première partie : la problématique de l'étude et une revue de la littérature. Ensuite, l'approche méthodologique en deuxième partie, et enfin nous présenterons des résultats et les discussions.

1. Problématique de l'étude

L'entrepreneuriat féminin est aujourd'hui reconnu comme un moteur essentiel de transformation économique et sociale. Les femmes entrepreneures ne se limitent pas à la création d'entreprises ; elles cherchent également à s'épanouir, à acquérir une autonomie financière et à exercer un contrôle sur leur vie personnelle et professionnelle (Belcourt et al., 1991). Cette dynamique est particulièrement importante dans des sociétés où les inégalités de genre persistent et où la pauvreté reste élevée. Comme le souligne Yunus (2007), les entreprises dirigées par des femmes constituent un outil stratégique pour lutter contre le chômage et

stimuler le développement local, car elles investissent souvent dans des secteurs à forte valeur sociale, tels que l'éducation, la santé et le bien-être communautaire.

Les femmes entrepreneures font face à de multiples obstacles, qui limitent leur potentiel. Elles doivent souvent concilier responsabilités familiales et gestion d'entreprise, ce qui crée une pression unique par rapport à leurs homologues masculins (Patricia et al., 2019). Les stéréotypes sociaux et culturels continuent de peser sur leur image et leur crédibilité, limitant parfois leur accès aux marchés formels et aux financements. De plus, la crainte de prendre des risques ou de s'engager dans des projets de grande envergure restreint l'expansion de leurs activités, confinant souvent leurs entreprises dans le secteur informel ou dans des niches perçues comme « féminines » (Amanda et al., 2021). Ces contraintes combinées expliquent en partie pourquoi, malgré leur créativité et leur capacité d'innovation, les femmes restent sous-représentées dans les projets économiques et socio-éducatifs à impact significatif.

De nombreux pays et organisations ont mis en place des politiques et programmes pour soutenir l'entrepreneuriat féminin. Ces initiatives cherchent non seulement à favoriser la création d'entreprise, mais aussi à renforcer l'implication des femmes dans les projets sociaux et éducatifs. Créer et gérer une entreprise devient ainsi un vecteur d'autonomisation, permettant aux femmes de mieux gérer leur vie familiale et professionnelle, et de participer activement au développement de leur communauté. Cette double dimension économique et sociale positionne l'entrepreneuriat féminin comme un levier puissant pour la transformation des sociétés.

Les chiffres témoignent de l'importance croissante des femmes dans l'entrepreneuriat à travers le monde. En Australie, le nombre de femmes d'affaires a augmenté de 9 % entre 1995 et 1997, contre seulement 2,6 % chez les hommes (Still & Timms, 2000). Aux États-Unis, près de 48 % des entreprises privées sont détenues par des femmes, générant des millions d'emplois et de revenus (Swersky, Gorman & Reardon, 2007). Au Canada, entre 1981 et 2001, le taux de croissance de l'entrepreneuriat féminin a atteint 208 %, contre 38 % pour les hommes (Industrie Canada, 2002). Ces données montrent que lorsque des conditions institutionnelles, économiques et sociales favorables existent, les femmes peuvent non seulement créer des entreprises, mais aussi contribuer significativement à la croissance et au développement local (Beckton, 2008).

À l'échelle mondiale, les femmes représentent aujourd'hui environ 40 % de la population entrepreneuriale, ce qui traduit une progression significative de l'entrepreneuriat féminin au cours des dernières décennies. Toutefois, cette dynamique quantitative masque des disparités structurelles importantes. En effet, seulement environ 35 % des femmes entrepreneures ont accès à des services financiers formels, ce qui limite leur capacité à développer des entreprises de grande envergure ou à s'engager durablement dans des projets structurés de développement. De plus, les entreprises dirigées par des femmes sont majoritairement concentrées dans les micro et petites unités économiques, souvent situées dans le secteur informel ou dans des activités à faible valeur ajoutée, (Brush, 2022).

Au Cameroun, la situation présente des caractéristiques similaires, avec certaines spécificités contextuelles. Les femmes représentent environ 37 à 38 % des promoteurs d'entreprises, ce qui signifie que près de 4 entreprises sur 10 sont dirigées par des femmes. Elles occupent également environ 42 % des postes de direction, mais ces chiffres doivent être relativisés, car leur présence est largement concentrée dans les micro-entreprises et le secteur informel. Dans les secteurs formels à forte intensité de capital, leur représentation chute significativement : par exemple, seulement 23 % des PME manufacturières sont dirigées par des femmes, (Tchouassi, 2002). Cependant, dans les zones rurales, l'on retrouve des femmes avec beaucoup de talent, mais non productives tant sur le plan personnel que communautaire.

Cette recherche vise donc à comprendre la relation entre la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales et la participation des femmes aux réalisations des projets socio-éducatifs. Il s'agit d'analyser comment l'autonomisation économique des femmes peut renforcer leur rôle dans la transformation personnelle et sociale. En cela, l'entrepreneuriat féminin ne se limite pas à une activité économique : il devient un levier d'influence, d'innovation et de changement social, capable de transformer la vie des communautés (Kabeer, 1999 ; Brush et al., 2006 ; Sen, 1999).

2. Analyse conceptuelle et théorique

2.1. Sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales

La sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales désigne un processus structuré d'information, d'éducation et de mobilisation visant à développer chez les individus, en particulier les femmes, une prise de conscience des opportunités offertes par l'entrepreneuriat, ainsi qu'un intérêt accru pour la création et la gestion d'activités économiques (Fayolle & Gailly, 2008). Elle consiste à diffuser des connaissances de base sur l'entrepreneuriat, à valoriser les expériences réussies et à renforcer des attitudes favorables telles que l'esprit d'initiative, la créativité et la confiance en soi, éléments reconnus comme déterminants dans l'émergence de l'intention entrepreneuriale (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000).

Dans une perspective académique, la sensibilisation ne se limite pas à la transmission d'informations, mais s'inscrit dans une logique de transformation cognitive et sociale. Elle contribue à modifier les perceptions, à réduire les banalités liées à l'entrepreneuriat et à encourager l'engagement des individus dans des dynamiques entrepreneuriales (Ajzen, 1991). Selon cette approche, elle constitue une étape préliminaire essentielle dans le processus entrepreneurial, en préparant les individus à identifier des opportunités, à envisager l'auto-emploi et à développer des intentions entrepreneuriales durables (Shapiro & Sokol, 1982).

Ainsi, la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales s'appuie sur divers mécanismes tels que les campagnes d'information, les formations introductives, les programmes d'accompagnement, ainsi que les réseaux d'acteurs institutionnels et communautaires. Elle joue un rôle stratégique dans la promotion de l'entrepreneuriat inclusif, en facilitant l'accès des populations, notamment les femmes, aux ressources, aux compétences et aux opportunités nécessaires à leur autonomisation économique et à leur participation au développement socio-économique (OCDE, 2017 ; Minniti, 2010).

2.2. Projets socio-éducatifs

Les projets socio-éducatifs désignent un ensemble d'actions planifiées, organisées et mises en œuvre dans le but de répondre simultanément à des besoins sociaux et éducatifs au sein d'une communauté. Ils visent à améliorer les conditions de vie des populations tout en favorisant le développement des connaissances, des compétences et des valeurs sociales des bénéficiaires (Boutinet, 2004). Ces projets s'inscrivent généralement dans une logique de transformation sociale, en combinant des objectifs d'éducation, d'inclusion et de cohésion sociale. Dans une perspective théorique, les projets socio-éducatifs reposent sur une approche participative et intégrée du développement, où les acteurs locaux sont impliqués dans l'identification des besoins, la conception et la mise en œuvre des actions (Freire, 1970). Ils contribuent ainsi à renforcer les capacités individuelles et collectives, en favorisant l'apprentissage, l'autonomisation et la participation citoyenne. Selon cette approche,

l'éducation est considérée comme un levier fondamental de changement social, permettant aux individus de prendre conscience de leur situation et d'agir pour l'améliorer.

Les projets socio-éducatifs mobilisent divers domaines d'intervention tels que l'éducation formelle et non formelle, la santé, la formation professionnelle, l'alphabétisation, ou encore la sensibilisation communautaire. Ils s'appuient sur des mécanismes de collaboration entre institutions publiques, organisations de la société civile et communautés locales, afin de garantir leur pertinence et leur durabilité (UNESCO, 2015). Dans ce cadre, ils jouent un rôle stratégique dans la promotion du développement humain durable, en contribuant à la réduction des inégalités sociales et à l'amélioration du bien-être collectif. Enfin, dans les contextes des pays en développement, les projets socio-éducatifs apparaissent comme des instruments essentiels de développement local. Ils permettent de répondre aux défis liés à la pauvreté, à l'exclusion sociale et au faible accès à l'éducation, tout en favorisant l'intégration des groupes vulnérables, notamment les femmes et les jeunes, dans les dynamiques de développement (PNUD, 2016).

3. Approche théorique : apport de la théorie de l'autonomisation de Kabeer et Sen (1999) dans la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales et à la participation des femmes aux projets socio-éducatifs

La théorie de l'autonomisation, développée par Naila Kabeer (1999) et enrichie par les travaux d'Amartya Sen (1993, 1999), offre un cadre analytique pertinent pour comprendre comment la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales peut renforcer la participation des femmes à la mise en œuvre des projets socio-éducatifs. Pour Kabeer (1999), l'autonomisation correspond à la capacité des individus à faire des choix stratégiques dans un contexte où cette possibilité leur était auparavant limitée, tandis que Sen (1999) souligne que le développement repose sur l'élargissement des libertés et des capacités d'action. Dans cette logique, la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales constitue un levier central d'autonomisation, en agissant sur les trois dimensions fondamentales identifiées par Kabeer (1999) : les ressources, l'agency et les réalisations.

La sensibilisation favorise le renforcement des ressources, notamment cognitives et informationnelles, en permettant aux femmes d'accéder à des connaissances sur les opportunités économiques, les mécanismes de financement et les compétences entrepreneuriales. Comme le suggère Sen (1999), cet accès à l'information élargit les capacités individuelles et réduit les contraintes liées à l'exclusion économique. Ensuite, la sensibilisation développe l'agency, c'est-à-dire le pouvoir d'agir des femmes. Elle favorise la confiance en soi, l'esprit d'initiative et la capacité à prendre des décisions stratégiques, tout en contribuant à remettre en question les normes socioculturelles restrictives (Kabeer, 1999). Ce processus encourage ainsi une implication plus active des femmes dans la conception et la mise en œuvre des projets socio-éducatifs. Enfin, il faut préciser que ces transformations se traduisent par des réalisations concrètes, notamment une participation accrue des femmes aux projets socio-éducatifs, une amélioration de leur autonomie économique et un renforcement de leur rôle dans le développement communautaire. Ces résultats illustrent, selon Sen (1993), la conversion des ressources et des capacités en libertés effectives et en bien-être social.

Ainsi, dans le contexte du Nord Cameroun, cette théorie montre que la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales dépasse la simple transmission d'informations : elle constitue un véritable mécanisme de transformation sociale. En renforçant les ressources, l'agency et les réalisations, elle permet aux femmes de passer d'une position de marginalisation à une participation active et stratégique dans les projets socio-éducatifs (Kabeer, 1999 ; Sen, 1999).

4. Méthodologie

L’objectif de cette étude est d’examiner l’influence de la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales sur la participation des femmes à la réalisation des projets socio-éducatifs dans la région du Nord Cameroun. Pour ce faire, une approche quantitative a été adoptée. La collecte des données a été effectuée à l’aide d’un questionnaire administré auprès des femmes membres de coopératives de produits forestiers non ligneux (PFNL) et d’associations. L’échantillon, constitué selon la méthode d’échantillonnage aléatoire simple, a permis d’assurer la représentativité des répondantes et de recueillir des données fiables et exploitables pour l’analyse.

4.1. Echantillonnage, collecte et traitement des données

Pour ce qui est de la méthode, nous avons opté pour une approche quantitative. Selon Gay, Mills et Airasian(2012), l’approche quantitative est particulièrement utile pour identifier les relations entre les variables et produire des résultats généralisables grâce à des échantillons représentatifs. Le but ici n’est pas forcément la généralisation des résultats mais une bonne compréhension de l’effet de la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales sur la participation des femmes aux réalisations des projets socioéducatifs. L’échantillon est probabiliste et repose sur la technique par choix aléatoire simple. L’échantillonnage est composé de 101 femmes entrepreneures de la région du Nord Cameroun.

Tableau 1 : échantillon et population de l’étude

N°	Ville de la coopérative	Nom de la coopérative	Nombre de membre au sein de la coopérative	Echantillon
01	FIGUIL	SCOOPS ABE	50	15
02	GAROUA 3	SCOOPS KARETI	50	16
03	GAROUA 2	ASS FEPES	35	10
04	GASCHIGA	SCOOPS NEYMA	40	10
05	TOUROUA	SCOOPS TIDDAL	35	10
06	PITOA	SCOOPS KAWTAL	40	10
07	NGONG	SCOOP-CA RISKOU	35	10
08	MAYO-OULO	SCOOPS BARKA	35	10
09	LAGDO	SCOOPS NEMBAM	30	10

Source : données terrain 2025

Ce tableau présente la répartition de l’échantillon selon les coopératives et leurs localisations dans la région du Nord Cameroun. Il met en évidence une diversité géographique des unités enquêtées, couvrant plusieurs localités (Figuil, Garoua, Gaschiga, Touroua, Pitoa, Ngong, Mayo-Oulo et Lagdo), ce qui renforce la représentativité spatiale de l’étude. On observe que les effectifs des coopératives varient entre 30 et 50 membres, tandis que l’échantillon retenu est relativement équilibré, avec une moyenne d’environ 10 répondantes par structure. Les coopératives de plus grande taille, telles que SCOOPS ABE et SCOOPS KARETI, disposent logiquement d’un échantillon légèrement plus élevé (15 et 16 participantes). Cette répartition proportionnelle traduit une volonté méthodologique d’assurer une représentativité équitable tout en tenant compte du poids réel de chaque coopérative. Ainsi, la structure de l’échantillon garantit une bonne couverture des différentes coopératives et permet de recueillir des données diversifiées, reflétant les réalités de l’entrepreneuriat féminin dans l’ensemble de la zone étudiée.

4.2. Description des outils de collecte de données et analyse des données

Nous avons effectué la collecte statistique grâce à une enquête par questionnaire administré à 101 femmes entrepreneures. La première version du questionnaire a été mise à la disposition des pairs pour des fins de corrections. La version mise à jour est ensuite portée à l'attention de deux professeurs de l'Université de Garoua pour d'éventuelles observations. La version définitive est enfin postée à l'attention des répondantes proprement dites. Le questionnaire est élaboré en fonction des indicateurs tels que : fréquence de sensibilisation, appartenance à un club, association ou réseaux des femmes entrepreneures, niveau de participations des femmes aux campagnes de vulgarisation de l'entrepreneuriat, Perception que les femmes ont de l'entrepreneuriat dans la localité. Le déroulement de la collecte des données s'est faite dans la période de mai-juin 2025.

C'est le logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 27.1 qui a servi pour l'analyse des données quantitatives. Il a permis de sortir des statistiques descriptives : plus précisément le calcul des scores moyens. En considérant l'objectif de la présente étude, la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales constitue la variable indépendante et la participation des femmes aux réalisations des projets socioéducatifs la variable dépendante.

5. Résultats et Discussions.

5.1 Présentation des résultats des analyses.

Tableau 2: Répartition des répondants selon le sexe

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Féminin	94	93,1	93,1	93,1
	Masculin	7	6,9	6,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Enquête de terrain, nos données (2024).

L'analyse du profil sociodémographique des répondants met en évidence une prédominance nette des femmes, qui représentent 93,1 % de l'échantillon, contre seulement 6,9 % d'hommes. Cette forte majorité féminine s'explique par le fait que l'étude cible principalement les femmes entrepreneures, considérées comme les principales actrices des projets socioéducatifs et économiques analysés. Leur rôle central dans ces initiatives justifie ainsi leur surreprésentation dans l'échantillon. La présence des hommes observés sur l'échantillon s'explique par le fait que ces derniers travaillent uniquement sous la direction des femmes entrepreneures, pour les services que les femmes ne peuvent pas effectuer.

Tableau 3: Répartition des répondants selon l'âge

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	20-30 ans	7	6,9	6,9	6,9
	31-40 ans	42	41,6	41,6	48,5
	41-50 ans	40	38,6	38,6	87,1
	51-60 ans	11	10,9	10,9	98,0
	61 ans et +	1	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source: Enquête de terrain, nos données (2024).

En examinant la répartition par âge des répondants, il ressort que la majorité, soit 80,2%, se situe dans la tranche 31-50 ans. Cette catégorie correspond à la population active, à un moment de la vie où l'expérience, la maturité et la capacité d'action sont optimales. Cette phase est particulièrement stratégique pour l'entrepreneuriat féminin, car elle permet aux femmes non seulement de s'engager dans des activités économiques, mais également de jouer un rôle actif dans des projets à impact social et éducatif.

Tableau 4 : Identification des entreprises des répondants

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Coop riskou	10	9,9	9,9	9,9
	FEPES	9	8,9	8,9	18,8
	Neembam djamo	10	9,9	9,9	28,7
	Scoop barka	10	9,9	9,9	38,6
	Scoop kawtal	10	9,9	9,9	48,5
	Scoop tiddal	11	10,9	10,9	59,4
	Scoop waken	15	14,9	14,9	74,3
	Scoops kareti	16	15,8	15,8	90,1
	Scoops neyema	10	9,9	9,9	100,0
	Total	101	101,0	101,0	

Source: Données de l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures de la région du Nord Cameroun (2024).

Le tableau présente la répartition des femmes entrepreneures interrogées selon le nom de leur entreprise ou de leur coopérative. Au total 101 répondants issus de neuf structures différentes ont pris part à l'étude. Cette diversité montre la vitalité du mouvement entrepreneurial féminin dans la région du Nord Cameroun. On observe que certaines coopératives rassemblent plus de participantes que d'autres. Par exemple, la SCOOPS KARETI regroupe 16 femmes, soit 15,8 % de l'échantillon, suivie de la SCOOP WAKEN avec 15 femmes (14,9 %) et de la SCOOP TIDDAL avec 11 femmes (10,9 %). Ces trois structures à elles seules représentent près de la moitié des femmes enquêtées, ce qui traduit leur importance dans la dynamique entrepreneuriale locale. Les autres coopératives, comme COOP RISKOU, NEEMBAM DJAMO, SCOOP BARKA, SCOOP KAWTAL et SCOOPS NEYMA, comptent chacune 10 participantes (9,9 %), tandis que FEPES en regroupe 9 (8,9 %). Cette répartition relativement équilibrée montre que l'activité entrepreneuriale féminine est bien répartie entre plusieurs structures, même si certaines se démarquent par leur capacité à mobiliser davantage de membres.

Tableau 5: Fréquence de sensibilisation

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Elevée	70	69,3	69,3	69,3
	Moyenne	24	23,8	23,8	93,1
	Faible	7	7,9	7,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source: Données de l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures du Nord Cameroun (2024).

Le tableau ci-dessus présente la répartition de la fréquence de sensibilisation des participantes en matière d'entrepreneuriat féminin et de participation aux projets sociaux-

éducatifs. Il en ressort que la majorité des actions de sensibilisation sont élevées, avec une proportion de 69,3 % des répondantes. Ce résultat traduit une régularité notable dans la tenue des activités de sensibilisation, ce qui témoigne d'un engagement continu des acteurs impliqués.

Tableau 6 : Appartenance à un club, une association ou un réseau de femmes entrepreneures

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	1	1,0	1,0	1,0
	Oui	100	99,0	99,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source: Données de l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures du Nord Cameroun (2024).

L'analyse du tableau relatif à l'appartenance des répondantes à un club, une association ou un réseau de femmes entrepreneures met en évidence une très forte intégration des participantes dans des dynamiques collectives. En effet, sur un effectif total de 101 répondantes, 100 d'entre elles, soit 99,0 %, déclarent appartenir à une structure associative, contre seulement 1,0 % qui affirment ne pas en faire partie. Cette répartition quasi homogène en faveur de l'appartenance traduit une tendance marquée vers l'engagement collectif au sein de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte étudié.

Tableau 7: Niveau de participation des femmes aux campagnes de vulgarisation de l'entrepreneuriat

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Faible	26	25,7	25,7	25,7
	Moyen	67	66,3	66,3	92,1
	Elevé	8	7,9	7,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source: Données de l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures du Nord Cameroun (2024).

L'analyse du tableau relatif au niveau de participation des femmes aux événements liés à l'entrepreneuriat et aux projets sociaux-éducatifs révèle des disparités notables dans l'implication des répondantes. Il ressort que la majorité d'entre elles, soit 66,3 %, affichent un niveau de participation moyen. Ce résultat traduit une implication modérée mais constante dans les activités organisées. Cette tendance suggère que, bien que les femmes manifestent un intérêt réel pour ces initiatives, leur participation demeure conditionnée par certains facteurs tels que la disponibilité, les contraintes économiques ou encore les responsabilités familiales. Ce niveau intermédiaire peut également refléter une volonté d'engagement progressif, où les participantes s'impliquent selon leurs moyens et les opportunités qui se présentent.

Tableau 8: Perception que les femmes ont de l'entrepreneuriat dans la localité

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Mauvaise	11	10,9	10,9	10,9
	Passable	69	68,3	68,3	79,2
	Bonne	21	20,8	20,8	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source: Données de l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures du Nord Cameroun (2024).

L’observation du tableau relatif à la perception des femmes vis-à-vis de l’entrepreneuriat met en évidence une représentation globalement favorable, bien que nuancée, de cette activité. En effet, 68,3 % des répondantes expriment une perception passable de l’entrepreneuriat. Cette majorité témoigne d’une attitude prudente et modérément positive à l’égard de la création d’entreprise. Elle traduit à la fois une prise de conscience de l’importance de l’entrepreneuriat comme vecteur d’autonomisation, et la persistance de certaines appréhensions liées aux risques, à l’instabilité du marché ou au manque de soutien institutionnel. Autrement dit, si les femmes reconnaissent le potentiel transformateur de l’entrepreneuriat, elles demeurent conscientes des obstacles structurels et contextuels susceptibles d’en freiner la pratique.

Tableau 9: Lien entre la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales et la participation des femmes aux réalisations des projets socioéducatifs.

Participation APEE		B	Erreur standard	Wald	ddl	Sig.
Moyen	Constante	-2,680	2,684	0,997	1	0,318
	Sexe répondant	-1,750	1,296	1,822	1	0,177
	Age répondant	-0,022	0,316	0,005	1	0,944
	Niveau d'étude	-0,072	0,419	0,030	1	0,863
	Secteur d'activités	0,271	0,429	0,399	1	0,528
	Fréquence de sensibilisation	-0,662	0,417	2,521	1	0,112
	Appartenir club association réseau	1,415	0,678	4,355	1	0,037
	Niveau de participation aux campagnes	,331	0,530	0,390	1	0,532
	Niveau de participation aux évènements	0,283	0,567	0,248	1	0,618
	Perception sur l'entrepreneuriat	0,574	0,562	1,046	1	0,006
Elevé	Constante	-5,732	3,235	3,138	1	0,076
	Sexe répondant	-0,726	1,270	0,327	1	0,568
	Age répondant	-0,050	0,477	0,011	1	0,917
	Niveau d'étude	-0,303	0,620	0,239	1	0,625
	Secteur d'activités	0,030	0,650	0,002	1	0,963
	Fréquence de sensibilisation	-0,486	0,614	0,626	1	0,429
	Appartenir club association réseau	0,264	0,890	3,088	1	0,066
	Niveau de participation aux campagnes	0,121	0,684	3,031	1	0,060
	Niveau de participation aux évènements	0,798	0,721	1,223	1	0,269
	Perception sur l'entrepreneuriat	2,253	0,810	7,737	1	0,005

Données de l’enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures du Nord Cameroun (2024).

Le tableau présente les déterminants influençant deux niveaux de participation des femmes aux projets socioéducatifs participation moyenne et participation élevée en les comparants à un niveau de référence. Pour le niveau moyen de participation, l’appartenance à un club ou une association apparaît comme le seul facteur significatif (Sig. = 0,037, B = 1,415). Cette association positive montre que l’intégration dans des réseaux collectifs facilite l’engagement modéré, en offrant aux femmes un espace de socialisation, de partage de ressources et de capital relationnel. Ces structures contribuent à renforcer la confiance et la motivation des participantes, illustrant comment le capital social peut constituer un levier pour la participation dans des projets socioéducatifs.

En ce qui concerne le niveau élevé de participation, le déterminant significatif est la perception positive de l’entrepreneuriat (Sig. = 0,005, B = 2,253). Les femmes qui valorisent l’entrepreneuriat s’engagent davantage et avec plus d’intensité dans les initiatives socioéducatives, ce qui souligne l’importance de l’agency et de la motivation individuelle dans le processus d’autonomisation. La conviction personnelle et la compréhension des bénéfices

sociaux et économiques liés à l'entrepreneuriat permettent aux femmes de dépasser les contraintes structurelles ou culturelles et d'assumer des rôles de leadership dans leur communauté. Les autres variables, telles que l'âge, le sexe, le niveau d'instruction et le secteur d'activité, ne présentent aucun effet significatif. Cela indique que l'engagement ne dépend pas simplement des caractéristiques démographiques ou professionnelles, mais plutôt de la combinaison des ressources sociales (réseaux et associations) et des ressources cognitives et motivationnelles (perception de l'entrepreneuriat) que les femmes mobilisent.

La constante négative pour la participation élevée suggère qu'en l'absence de ces facteurs clés, la probabilité d'un engagement intense reste faible. Cette observation met en évidence la nécessité de renforcer simultanément les réseaux collectifs et la sensibilisation à l'entrepreneuriat pour stimuler une participation durable. Dans le contexte du Nord Cameroun, où les femmes jouent un rôle central dans les projets socioéducatifs, ces résultats confirment que l'autonomisation économique et sociale constitue un levier fondamental. Les femmes, en mobilisant à la fois leur capital social, leurs compétences et leur motivation entrepreneuriale, deviennent des actrices essentielles du développement communautaire, capables d'assurer la continuité, la qualité et l'impact des initiatives éducatives.

L'analyse démontre que la participation des femmes aux projets socioéducatifs est multidimensionnelle : l'appartenance à des structures collectives favorise l'implication modérée, tandis que la valorisation de l'entrepreneuriat et le développement de l'autonomie personnelle conditionnent un engagement élevé et durable, consolidant ainsi le rôle des femmes comme vecteurs de transformation sociale et éducative dans leur communauté.

5.2. Discussion des résultats

Les résultats de l'analyse inférentielle mettent en évidence une influence statistiquement significative de la sensibilisation à l'entrepreneuriat sur la participation des femmes aux réalisations des projets socio-éducatifs dans la région du Nord Cameroun. Cette relation confirme l'hypothèse de recherche HS1 et met en lumière le rôle central que joue la sensibilisation comme colonne d'engagement féminin. En effet, la sensibilisation ne se limite pas à une simple transmission d'informations, mais constitue un véritable processus de transformation cognitive et sociale, permettant aux femmes de mieux comprendre les opportunités qui s'offrent à elles et de s'impliquer activement dans les dynamiques de développement communautaire.

Dans une perspective d'autonomisation, la sensibilisation apparaît comme une étape fondatrice du pouvoir d'agir des femmes. Comme le souligne Kabeer (1999), l'accès à l'information et la prise de conscience constituent des ressources essentielles permettant aux individus de transformer leurs capacités latentes en actions concrètes. Autrement dit, avant même de mobiliser des ressources financières ou techniques, les femmes doivent d'abord être en mesure de reconnaître leur potentiel et de percevoir les opportunités existantes. La sensibilisation joue précisément ce rôle en facilitant cette prise de conscience et en amorçant un processus de changement durable.

Plusieurs femmes interrogées ont indiqué qu'avant d'être exposées aux campagnes de sensibilisation, elles ne considéraient pas l'entrepreneuriat comme une option envisageable, soit par manque d'information, soit en raison de représentations sociales limitantes. Pour certaines, l'activité entrepreneuriale était perçue comme un domaine réservé aux hommes ou aux personnes disposant de ressources importantes. La sensibilisation agit alors comme un déclencheur cognitif en remettant en question ces perceptions et en ouvrant de nouvelles perspectives. Elle permet aux femmes de redéfinir leur identité sociale, non plus uniquement

en tant qu'actrices domestiques, mais comme des actrices économiques et sociales capables de contribuer activement au développement de leur communauté.

Ce processus de conscientisation favorise également le renforcement de la confiance en soi et de la motivation. En prenant conscience de leurs capacités et des réussites d'autres femmes, les participantes développent un sentiment d'efficacité personnelle, qui constitue un élément clé de l'engagement. Cette transformation psychologique est essentielle, car elle conditionne la transition entre l'intention et l'action. Ainsi, la sensibilisation ne produit pas seulement un effet informatif, mais elle agit également sur les dimensions psychologiques et sociales qui sous-tendent le comportement entrepreneurial.

La relation observée entre sensibilisation et participation des femmes aux projets socio-éducatifs s'explique par le fait que la sensibilisation constitue une étape initiale indispensable dans le processus d'engagement. Elle permet de lever les barrières cognitives et socioculturelles, de renforcer la confiance et de susciter l'intérêt pour les activités entrepreneuriales et communautaires. Cette dynamique met en évidence que l'implication des femmes dans les projets socio-éducatifs ne peut être dissociée d'un travail préalable de conscientisation, qui constitue le socle sur lequel se construisent les autres formes d'intervention, telles que la formation, le financement ou l'accompagnement.

5.3. Suggestions et recommandations

Au regard des résultats obtenus, les recommandations sont formulées afin de renforcer l'impact de la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales sur la participation des femmes aux projets socio-éducatifs.

Tout d'abord, il apparaît nécessaire de renforcer les programmes de sensibilisation entrepreneuriale à travers des actions régulières, contextualisées et orientées vers la pratique. Ces programmes devraient mettre l'accent sur la diffusion d'informations pertinentes relatives aux opportunités économiques, aux mécanismes de financement et aux modalités de participation aux projets socio-éducatifs, afin de stimuler l'engagement des femmes.

Ensuite, la sensibilisation gagnerait à être accompagnée de formations entrepreneuriales appliquées, notamment en gestion, en montage de projets et en techniques de commercialisation. Le développement de ces compétences permettrait de transformer l'intérêt suscité par la sensibilisation en une participation effective et durable des femmes aux initiatives socio-éducatives.

Enfin, l'amélioration de l'accès au financement constitue un levier essentiel. Il est recommandé de mettre en place des dispositifs financiers adaptés aux réalités des femmes entrepreneures, notamment à travers le développement de mécanismes de microfinance, de fonds d'appui spécifiques et de conditions d'accès assouplies.

Toutefois le renforcement des réseaux d'entrepreneures et des dispositifs de mentorat apparaît indispensable pour favoriser le partage d'expériences, consolider les capacités individuelles et accroître la participation des femmes aux projets communautaires. Ces dynamiques relationnelles contribuent à renforcer la confiance en soi et l'accès aux opportunités. Une attention particulière devrait être accordée à l'intégration des femmes dans les instances décisionnelles des projets socio-éducatifs. Leur implication dans les processus de gouvernance permettrait d'accroître leur influence et d'assurer une meilleure prise en compte de leurs besoins et priorités.

Conclusion

Au terme de cette recherche, il ressort que la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales constitue un levier déterminant pour renforcer la participation des femmes aux réalisations des projets socio-éducatifs dans le Nord Cameroun. Inscrite dans le cadre théorique de l'autonomisation, tel que développé par Kabeer (1999) et Sen (1999), cette sensibilisation dépasse la simple diffusion d'informations pour devenir un véritable mécanisme de transformation des capacités, des perceptions et des opportunités des femmes. Les résultats montrent que la sensibilisation agit positivement sur trois dimensions clés : l'accès aux ressources informationnelles, le renforcement de la capacité d'agir (agency) et l'amélioration des réalisations concrètes. Elle favorise ainsi une meilleure compréhension des opportunités entrepreneuriales, renforce la confiance en soi et stimule l'engagement des femmes dans les projets socio-éducatifs. Combinée à la formation et à l'accès au financement, elle contribuerait significativement à l'autonomisation économique et sociale des femmes, ainsi qu'à leur implication dans le développement communautaire.

Toutefois, cette dynamique reste limitée par des contraintes structurelles persistantes, notamment l'accès insuffisant aux ressources financières, les normes socioculturelles restrictives et la faible intégration des femmes dans les espaces décisionnels. Par ailleurs, l'absence d'un accompagnement institutionnel adapté réduit l'impact des dispositifs existants, confirmant que la sensibilisation, bien que nécessaire, doit s'inscrire dans un environnement globalement favorable. Cependant, cette étude met en évidence que la sensibilisation aux initiatives entrepreneuriales constitue une condition essentielle, mais non suffisante, pour garantir une participation effective et durable des femmes aux projets socio-éducatifs. Elle souligne la nécessité d'une approche intégrée combinant sensibilisation, formation, accès aux ressources et transformation des cadres institutionnels et socioculturels. Ainsi, l'entrepreneuriat féminin apparaît non seulement comme un outil d'autonomisation économique, mais également comme un vecteur stratégique de transformation sociale et de développement durable.

REFERENCES/BIBLIOGRAPHIQUE

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2011). *Poor economics: A radical rethinking of the way to fight global poverty*. PublicAffairs.
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Beckton, J. (2008). *Entrepreneurship and economic development*. Routledge.
- Belcourt, M., Burke, R. J., & Lee-Gosselin, H. (1991). *The glass box: Women business owners in Canada*. Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- Boutinet, J.-P. (2004). *Anthropologie du projet*. Presses Universitaires de France.
- Brush, C. G. (2006). *Women entrepreneurs: A research overview*. In M. Casson et al. (Eds.), *The Oxford handbook of entrepreneurship*. Oxford University Press.

- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). *A gender-aware framework for women's entrepreneurship*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). *From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education*. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. (2012). *Educational research: Competencies for analysis and applications* (10th ed.). Pearson.
- Heeks, R. (2018). *Information and communication technology for development (ICT4D)*. Routledge.
- Kabeer, N. (1999). *Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment*. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Minniti, M. (2010). *Female entrepreneurship and economic activity*. *European Journal of Development Research*, 22(3), 294–312.
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). *What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries?* *European Journal of Development Research*, 22(3), 277–293.
- OCDE. (2017). *Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy*. OECD Publishing.
- Sen, A. (1993). *Capability and well-being*. In M. Nussbaum & A. Sen (Eds.), *The quality of life*. Oxford University Press.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. In C. Kent et al. (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice-Hall.

- Still, L. V., & Timms, W. (2000). *Women's business: The flexible alternative work style for women*. *Women in Management Review*, 15(5/6), 272–283.
- Swersky, A., Gorman, T., & Reardon, M. (2007). *Women-owned businesses in the 21st century*. Center for Women's Business Research.
- Tchouassi, G. (2002). *Entrepreneuriat féminin et développement au Cameroun*. Université de Yaoundé II.
- Vial, G. (2019). *Understanding digital transformation: A review and a research agenda*. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.