

Discours religieux et pratiques d'entrepreneuriat féminin au Sénégal

Controverses autour de l'autonomisation des femmes

Sadio Ba Gning, Grégory Joseph and Marie Thérèse Daba Sene

Number 45, Spring–Fall 2023

Discours et pouvoir dans et sur les religions

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1113246ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1113246ar>

[See table of contents](#)

Article abstract

This article examines the role of religious networks by analyzing the career paths of 70 (Protestant, Catholic and Muslim) businesswomen who were interviewed between 2016 and 2021. While taking account of the contexts of legitimization and moralization of women entrepreneurship, the study sheds light on new gender aspirations at various levels.

Publisher(s)

Département de sciences des religions, Université du Québec à Montréal (UQAM)

ISSN

1180-0135 (print)

2291-3041 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Gning, S., Joseph, G. & Sene, M. (2023). Discours religieux et pratiques d'entrepreneuriat féminin au Sénégal : controverses autour de l'autonomisation des femmes. *Religiologiques*, (45), 161–189.
<https://doi.org/10.7202/1113246ar>

© Sadio Ba Gning, Grégory Joseph and Marie Thérèse Daba Sene, 2023



This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

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

Discours religieux et pratiques
d'entrepreneuriat féminin au Sénégal :
controverses autour de
l'autonomisation des femmes

Sadio Ba GNING
Grégory JOSEPH
*Marie Thérèse Daba SENE **

Résumé : Cet article examine la place des réseaux religieux dans les parcours de 70 entrepreneures (protestantes, catholiques et musulmanes) enquêtées entre 2016 et 2021. Tout en reflétant les contextes de légitimation et de moralisation de l'entrepreneuriat féminin, il lève le voile sur de nouvelles aspirations de genre et à différents niveaux.

Mots clés : religion, entrepreneures, genre, autonomisation, discours religieux, intergénération

Dans un contexte de pluralisme religieux au Sénégal dominé par l'islam confrérique et la crise de l'emploi salarié, l'entrepreneuriat féminin est de plus en plus repris dans les discours des acteurs religieux pour évoquer la contribution des femmes au développement économique. La présence des musulmanes dans l'entrepreneuriat, quel que soit le secteur d'activité, reflète la réalité sociodémographique du Sénégal où les musulmans sont majoritaires (95 %).

* Sadio Ba Gning, enseignante-chercheuse, Grégory Joseph, doctorant, et Marie Thérèse Daba Sene, doctorante, sont tous de l'Université Gaston Berger de Saint-Louis, Section sociologie.

Dans ce contexte musulman, des recherches ont mis l'accent sur la configuration fragmentée de l'islam au Sénégal, en confréries, qui laisse transparaître un éclatement du pouvoir religieux. Cependant, malgré l'absence d'un véritable centre et d'une hiérarchie incontestée comme dans l'Église, l'islam offre des réseaux de solidarités bien plus ouverts, dans lesquels le rôle et les effets des confréries sont beaucoup plus importants qu'on ne le dit (Coulon, 1993). L'islam offre une plus grande liberté de manœuvre aux musulmanes, plus ouvertes que les chrétiennes qui se sentent appartenir à une minorité (Kaag, 2011).

En comparaison, au contexte chrétien marqué par une centralisation des actions et une hiérarchie organisationnelle de l'Église, l'intérêt pour l'entrepreneuriat, encore récent, entérine la fin de l'Église providence. Avec la conjoncture économique internationale, les différentes crises qui secouent le monde et la rareté des aides aux Églises, les autorités catholiques adoptent d'autres stratégies pour aider les couches les plus vulnérables au sein de leurs communautés ecclésiales (Verger, 1995). De plus, du fait de leur niveau d'éducation, les femmes catholiques s'orientent vers les emplois salariés. Ainsi, le positionnement de l'Église catholique à l'égard de l'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans la doctrine sociale de l'Église catholique, plus précisément dans le « développement humain intégral » (Angoula, 2015 ; Bertina, 2013).

La microfinance et la promotion des activités génératrices de revenus en sont ainsi venues à constituer l'un des principaux outils d'intégration des femmes issues de classes populaires au développement, et l'un des principaux rouages de mobilisation et de marchandisation du travail féminin peu qualifié, et de diffusion de l'esprit d'entrepreneuriat. Ce dernier apparaît comme un levier d'émancipation féminine qui passe d'abord par l'accès aux ressources économiques (revenus) et à une position sur le marché du travail (Charlier, In't Zandt et Maquestiau, 2018).

Les programmes de développement cherchent à autonomiser les femmes d'emprises multiples (domestiques, masculines, idéologiques et morales) et d'inégalités structurelles, à promouvoir un modèle tout à fait standard de la femme « émancipée » (Guérin *et al.*, 2017). Ces programmes s'inspirent majoritairement du registre marchand, et l'émancipation tend à se confondre avec l'« autonomisation (*empowerment*) » ici comprise au sens de

l'autonomisation économique des femmes. L'émancipation est intimement liée à celle de l'égalité, alors définie comme une question de droit guidée par le principe de justice sociale dont le concept d'autonomisation des femmes, et celui du « paritarisme (*gender streaming*) » visent à transformer les rapports de pouvoir en faveur des femmes. L'autonomie comme levier d'amélioration des conditions de vie des femmes revêt une dimension importante dans l'entrepreneuriat féminin. L'objectif est de répondre en priorité aux besoins de leur famille, en privilégiant les solidarités et les initiatives communautaires fondées sur des dynamiques de groupements féminins et intergénérationnels entre les territoires (Ba et Granchamp, 2017).

Cette réflexion vise à appréhender les logiques de genre véhiculées par les discours religieux sur l'entrepreneuriat féminin. Comment les hommes sont-ils amenés à infléchir de l'intérieur les normes religieuses à leur avantage pour renforcer les rôles familiaux et religieux des femmes ? Parallèlement, comment les pratiques d'entrepreneuriat féminin conduisent-elles à remettre en question les fondements de la « domination masculine » et à véhiculer de « nouvelles » dynamiques et aspirations de genre ? Ce travail s'inscrit dans le prolongement des débats lancés dans la recherche entre l'autonomisation et l'émancipation des femmes et mis au jour par le colloque de la Fondation Konrad-Adenauer (Sène et Gning, 2019).

En croisant une analyse de contenu et biographique comparée d'entrepreneures (musulmanes, catholiques et protestantes) issues de l'enquête FRES¹ et de deux recherches² doctorales sur le projet, nous confrontons les discours religieux sur l'autonomisation des femmes, pour en déceler ce qu'ils véhiculent de vision de genre pourtant conservatrice, avec une tendance à consolider les statuts féminins

¹ Les résultats présentés s'inscrivent dans le cadre du programme de recherche « Femmes, réseaux sociaux/religieux et entrepreneuriat au Sénégal » financé par l'Institut de Recherche pour le Développement (IRD) de 2016 à 2019 et coordonné par Sadio Ba Gning. L'enquête a porté sur 100 entrepreneures sociales et 20 informateurs clés. Elle s'est déroulée de septembre 2016 à octobre 2017 à Dakar, Saint-Louis, située au nord du Sénégal et Ziguinchor, au Sud.

² L'une porte sur « La place des femmes entrepreneures dans les espaces religieux : une étude de cas à partir des trajectoires des femmes protestantes, musulmanes et catholiques » et l'autre sur « La place des femmes dans l'agroécologie au Sénégal ».

dans les sphères religieuses et familiales. Il semble y avoir manifestement une opposition entre deux visions : celle de contraintes écrasant toute indépendance (hiérarchie de genre dans les espaces religieux et familiaux) et celle d'une autonomie (entrepreneuriat individuel et collectif) qui existe malgré ces contraintes, chacune étant une condition du changement.

Profils d'entrepreneures et confessions religieuses au Sénégal

Cette recherche a porté sur 70 entrepreneures auprès de qui des entretiens biographiques itératifs ont été menés de 2016 à 2021. Il y a trois profils types d'entrepreneures réparties selon la confession religieuse et la catégorie d'âge : 30 musulmanes, 30 catholiques et 10 protestantes, vivant à Saint-Louis, Dakar, Ziguinchor et Fatick. Nous observons que l'appartenance religieuse semble favoriser la création d'un certain type d'entreprise avec des liens religieux propres (voir le tableau 1).

Appartenance religieuse et entrepreneuriat féminin

Entrepreneures	Âge moyen	Éducation	Type d'entreprise	Secteur d'activité	Lien religieux
Protestantes	40	= ou > bac	Individuelle	Commerce Artisanat Service Médecine	Pasteur Famille
Catholiques	48	< ou = bac	Collectif Groupements de promotion féminin (GPF)	Service Restauration Transformation alimentaire	Prêtre ONG Famille
	60 ans et +	Niveau primaire Alphabétisation		Maraiçage Riziculture Transformation fruits et légumes	
Musulmanes	40	= ou > bac	Individuelle	Agroalimentaire Artisanat Mode	Imam Guide religieux Famille
	60 ans et +	Niveau primaire Alphabétisation	Collectif Groupement d'intérêt économique (GIE)	Agroalimentaire	

Tableau 1. Profil des entrepreneures

De manière générale, il n'y a pas une grande différence d'âge dans la catégorie des jeunes entrepreneures. L'âge moyen pour les protestantes et les musulmanes est de 40 ans, contre 48 pour les catholiques. Il convient aussi de noter que le niveau d'éducation demeure plus élevé chez les protestantes et les musulmanes, qui ont dans notre échantillon un diplôme plus élevé que le bac alors que les catholiques un peu plus âgées ont un niveau scolaire inférieur ou égal au bac. Cela est probablement lié au fait que les protestantes et les musulmanes créent des entreprises individuelles, alors que les catholiques moins éduquées évoluent fréquemment dans des groupements féminins.

Dans la catégorie des 60 ans et plus, les entrepreneures catholiques et musulmanes ont un niveau d'études assez faible puisque la majorité ne dépasse pas le cycle primaire. Mais, elles ont pu bénéficier de cours d'alphabétisation fonctionnelle. Ces entrepreneures ont pu accumuler une grande expérience associative dans le développement local, la promotion féminine ou socioéducative, du fait de leur intégration précoce dans des structures de ce type grâce à des figures parentales influentes, notamment chez les musulmanes. Elles sont regroupées en collectifs de femmes et sont pour la plupart à la tête des groupements (présidentes) ou occupent des postes électifs au sein du bureau (secrétaire, trésorière, etc.).

En plus du niveau de l'éducation, le fait de disposer de capitaux économiques semble être déterminant dans le choix du type d'entreprise. Les entrepreneures musulmanes de 40 ans sont intégrées dans des réseaux d'affaires denses et s'appuient sur des ressources économiques familiales et des systèmes de solidarité communautaire lancés par les mères (entrepreneures de 60 ans et plus). En revanche, les entrepreneures sociales catholiques restent confinées dans des réseaux religieux issus des mouvements associatifs de la même confession. La faiblesse de leurs ressources économiques les y conduit peut-être. Par ailleurs, les secteurs d'activités sont assez homogènes. On remarque la présence des entrepreneures protestantes dans les services médicaux et de bien-être. Au demeurant, toutes les entrepreneures sont en lien avec des figures dominantes de leur groupe confessionnel : pasteurs pour les protestantes, prêtres et religieuses conseillères pour les catholiques, imams et marabouts pour les musulmanes. Pour ce qui est de la famille, elle demeure, pour chacune d'entre elles, un espace

de lien religieux placé sous le prisme des rapports sociaux de sexe entre les figures masculines (père/mari) et féminines (mère/épouse).

Réseaux religieux comparés d'entrepreneures.

Les entrepreneures interagissent avec les détenteurs tenus pour légitimes du pouvoir dans les espaces de la vie religieuse. Cependant, les liens avec les hommes religieux varient suivant chaque groupe d'entrepreneures.

Les protestantes entretiennent des liens ponctuels et aléatoires avec les pasteurs. Si certaines les sollicitent pour des prières ou une médiation avec d'autres entrepreneures et personnalités au profit de leurs entreprises, d'autres cependant préfèrent s'en passer. Le sens de la responsabilité individuelle au sens wébérien (Weber, 1967 [1920]) relativement plus fort chez elles les pousse à une certaine liberté d'initiatives et de décisions. Elles sont dans des réseaux égocentrés où les liens relationnels tissés avec les pasteurs sont personnalisés. Par exemple, nous avons pu observer une structure dénommée « Réseau chrétien d'affaires (RAC) » qui réunit les membres d'une Église (Assemblée de Dieu de Bethel) à Dakar. Ce réseau a pour objectif de partager des occasions d'affaires entre ses membres, d'organiser des événements de partage et de renforcement des capacités. En outre, les entrepreneures protestantes reçoivent des appuis psychologiques et financiers.

Cependant, les entrepreneures catholiques moins éduquées que les protestantes disposent d'un capital social plus important. Celles qui agissent dans des groupements féminins sont bien ancrées dans des réseaux religieux « sociocentrés » (famille, église et certaines ONGs). De fait, elles sont plus enclines à développer des liens plus stables avec les acteurs religieux (prêtres) qui dans certains cas sont au cœur de la création des groupements pour soutenir les initiatives économiques des femmes perçues comme vulnérables. En revanche, les rares entrepreneures catholiques indépendantes de notre échantillon peuvent contribuer financièrement aux activités organisées par les associations catholiques et l'Église, et bénéficier du soutien de l'ONG Caritas par exemple, tout en préservant une certaine distance avec les acteurs religieux (voir le tableau 2).

Entrepreneures	Type de réseau	Temporalité	Proximité	Attentes / Besoins	Acteurs religieux
Protestantes	Égocentré	Ponctuelle Aléatoire	Distant	Prières Médiation	Pasteur
Catholiques	Sociocentré	Durable	Proche Distant	Prières Soutiens matériels Divers	Prêtre / ONG
Musulmanes	Sociocentré Égocentré	Ponctuelle	Symbolique	Prières Médiation	Imam Marabout

Tableau 2. Les réseaux religieux des entrepreneures

Pour les musulmanes, les liens avec les figures religieuses restent importants, mais ponctuels autant pour les deux générations identifiées. Comme leurs consœurs catholiques, les plus jeunes entretiennent des liens « sociocentrés » avec les imams du fait de l’ancrage communautaire de leurs mères (première génération d’entrepreneures/catégorie des 60 ans et plus chez les entrepreneures musulmanes) dans l’entretien des mosquées, des œuvres sociales

dans les écoles coraniques ou dans l'organisation d'événements religieux (conférences, pèlerinages, etc.). Toutefois, leurs relations avec les marabouts deviennent symboliques et s'expriment le plus souvent par des demandes de prières et de bénédictions aux marabouts pour leurs entreprises.

Au terme de cette partie, on observe davantage des réseaux relationnels religieux stables ou, à tout le moins, visibles chez les entrepreneures sociales catholiques. Moins éduquées, plus âgées et plus intégrées dans les réseaux religieux, elles ont tendance à solliciter l'appui des acteurs ecclésiastiques dans leurs initiatives d'entrepreneuriat. En revanche, les liens religieux sont en apparence symboliques chez les auto-entrepreneures protestantes et musulmanes, plus éduquées, plus jeunes et dépositaires de ressources économiques et sociales familiales.

Cette triple détermination (éducation, génération et famille) est de nature à faciliter une certaine prise de distance par rapport aux acteurs religieux et une plus grande marge de manœuvre dans leurs initiatives. Alors que les entrepreneures catholiques comptent sur le soutien et l'influence des autorités ecclésiastiques, les entrepreneures musulmanes et protestantes cherchent la bénédiction et des relations d'affaires par la médiation des acteurs religieux. Il convient dès lors d'examiner les discours et pratiques de ces figures dominantes religieuses sur l'entrepreneuriat féminin, et par ricochet sur l'autonomisation des femmes.

Discours religieux sur l'entrepreneuriat féminin : entre conservatisme et renouveau

L'analyse des discours croisés des acteurs confessionnels et des entrepreneures interrogées permet de comprendre le processus de légitimation et de moralisation de l'entrepreneuriat d'une part et de réappropriation des identités féminines qui valorisent à la fois les rapports sociaux de sexe et les solidarités de genre d'autre part.

Discours masculins de légitimation de l'entrepreneuriat féminin

Les discours des acteurs religieux, toutes confessions confondues, oscillent entre une volonté de libérer les femmes de la dépendance des hommes et un désir de les maintenir sous leur domination. De prime abord, ces discours mettent en évidence l'importance de la domestication du rôle féminin et de la domination masculine. Les chefs musulmans (marabouts et imams) font référence à des pratiques prophétiques pour valoriser l'idéal-type de la femme entrepreneure et éducatrice. L'exemplarité de rôles modèles féminins, à l'image des épouses du prophète de l'islam (Khadija, commerçante, et Aïcha, relais de plusieurs hadiths), ou de figures maternelles à la soumission et à l'endurance exceptionnelle, Mame Fawade Wéllé³ ou Mame Diarra Bousso⁴, est alors reprise pour légitimer l'entrepreneuriat féminin et le rôle des femmes dans la famille et dans la communauté. Le récit de l'imam Seydi, 52 ans, mérite d'être cité à ce propos :

L'entrepreneuriat féminin est une activité que l'islam favorise. C'est une évidence. Même avant l'islam c'est-à-dire avant que le Prophète ne soit révélé, sa première épouse Khadija était une femme d'affaires... elle avait embauché le Prophète comme employé dans son entreprise. Après la révélation, c'est-à-dire après l'avènement de l'islam, Khadija a continué dans cette entreprise-là. (Entretien, 6 octobre 2019, Dakar.)

Les discours des hommes catholiques font référence à des textes et figures bibliques. C'est dans cette logique que ce verset est cité par l'abbé J.P. 46 ans (Entretien, 6 octobre 2019, Dakar.) :

Femmes, soyez soumises à vos maris, comme au Seigneur ; car le mari est le chef de la femme, comme Christ est le chef de l'Église, qui est son corps, et dont il est le Sauveur. Or, de même que l'Église est soumise à Christ, les femmes aussi doivent l'être à leurs maris en toutes choses. (Col 3,18.)

Ou encore, « femme, tu enfanteras avec douleur, et tes désirs se porteront vers ton mari, mais il dominera sur toi » (Gn 3, 16). De

³ Mame Fawade Wellé du nom de la mère du fondateur de la confrérie Tidjane.

⁴ Mame Diarra Bousso, est la mère de Cheikh Ahmadou Bamba Mbacké, fondateur de la confrérie mouride.

cette manière, l'Église a conforté le pouvoir des maris sur leurs épouses et des hommes sur les femmes. D'une part, elle encourage les femmes à une forte participation à la vie de l'Église, où leur condition est subordonnée à la décision des hommes qui occupent les positions dans les sphères de décision religieuses. D'autre part, l'Église, qui les confine pour la plupart aux fonctions d'organisation des événements religieux, malgré l'existence d'une certaine élite féminine au sein des diocèses, valorise leur dévouement à la vie caritative de l'Église notamment dans les domaines éducatif et social. En outre, les discours recueillis auprès des pasteurs évangéliques sont axés sur le rôle des femmes dans l'animation de la vie religieuse et dans la famille. Le récit du pasteur Miniane, 52 ans de la paroisse Saint-Joseph illustre cette position :

Les femmes sont mieux engagées ; elles sont beaucoup plus disponibles à la parole de Dieu ; les femmes sont beaucoup engagées dans la foi. Moi j'aime travailler avec celles qui sont engagées parce que nous avons de grands projets. Que Dieu les bénisse, elles contribuent à l'œuvre de Dieu pour pouvoir bâtir des églises, envoyer des missionnaires, soutenir ces missionnaires-là. C'est à cela qu'on attend aussi les femmes. Je leur dis qu'il n'y a pas de fatalité. Engagez-vous dans le travail où vous pouvez soutenir vos maris, vous pouvez préparer l'éducation de vos enfants et demain quoi qu'il arrive vous serez indépendantes. (Entretien, 18 mars 2019, Dakar.)

Encourager l'entrepreneuriat permet en premier lieu aux femmes d'avoir les moyens financiers de se prendre en charge et de subvenir aux besoins de leur famille. De plus, les pousser à entreprendre s'inscrit dans une logique de leur fidélisation dans l'animation de la vie religieuse. Perçues comme une couche vulnérable, les femmes ont un rôle qui est paradoxalement objectivé dans sa force de transformation sociétale. Il faut donc pousser les femmes à créer de la richesse. Conformément à ces discours, construits autour du potentiel/devenir des femmes comme facteur de changement, les valeurs religieuses de solidarité sont alors mobilisées. Une telle transformation de l'éthique sociale repose sur l'idée selon laquelle, les femmes, dans la mesure où elles sont déjà très investies dans l'animation de la vie religieuse (évangélisation, les œuvres sociales, préparation des repas, etc.) peuvent avoir une plus grande visibilité, notamment dans l'entrepreneuriat. Dans ce nouveau discours où les

acteurs religieux laissent transparaître une volonté de libérer les femmes de la dépendance économique des hommes, l'entrepreneuriat est abordé sous un registre pragmatique, au service de la famille et de la communauté religieuse. Les entrepreneuses sont conscientes du poids des normes de genre qui les confinent aux activités périphériques de la vie religieuse (organisation d'événements et services religieux). Comment encourager l'entrepreneuriat féminin sans remettre en cause la répartition des statuts masculins et féminins ?

Discours masculins de moralisation de l'entrepreneuriat féminin

Les discours de légitimation de l'entrepreneuriat féminin sont assortis d'une moralisation du travail des femmes. Dans la mesure où les revenus générés peuvent être redistribués dans la famille, le fait d'entreprendre est donc considéré par les acteurs confessionnels comme une condition de solidarité masculine. Si les normes religieuses assignent aux hommes la responsabilité économique du ménage et la charge de subvenir aux besoins de leurs épouses, les acteurs religieux ont trouvé le moyen d'infléchir ces normes pour légitimer les contributions financières des femmes au sein de la famille. Face aux effets de la crise qui soumettent davantage les hommes à une pression sur leur rôle de pourvoyeurs économiques, l'entrepreneuriat des femmes et par conséquent l'utilisation de leurs revenus pour compléter les dépenses au sein des ménages sont légitimés. Le récit de l'imam Seydi est édifiant :

La femme est libre de gérer son argent comme elle veut, mais elle peut choisir de soutenir son mari dans ses responsabilités économiques lorsqu'elle travaille. Si elles ont de l'argent, elles doivent s'acquitter de l'impôt musulman, c'est cela qui leur procure la *baraka* et la bénédiction dans leur travail. Sans cela, comme nous le voyons toujours, c'est du gâchis. (Entretien, 6 octobre 2019, Dakar.)

L'entrepreneuriat n'est pas censé être uniquement une source d'autonomisation individuelle. Pour un pasteur d'une Église protestante : « la femme est comme un âne qui porte au loin du blé. Elle a besoin d'être guidée par un homme ». À cet égard, la finalité

du travail féminin consiste à parer aux manquements des responsabilités économiques masculines. À la première source de légitimation du travail féminin, limiter la dépendance économique des femmes à l'égard des hommes, s'ajoute une moralisation de l'entrepreneuriat qui pousse les femmes à les soutenir dans leurs responsabilités économiques. Les retombées de l'entrepreneuriat ainsi mises au service de la famille (domestication) de la communauté (fidélisation) apparaissent comme un mécanisme de négociation et de solidarité de genre. Cette subversion des normes de genre évoque un second paradoxe : la réappropriation de ces discours de moralisation par les femmes.

Discours féminins sur l'entrepreneuriat : solidarités et réappropriation des identités de genre

Les entrepreneures perçoivent l'entrepreneuriat comme une occasion de « soutenir » leur mari et leur famille (santé, scolarité des enfants et une plus grande participation aux charges familiales). De fait, elles sont amenées, toutes confessions confondues, à s'appuyer sur les valeurs de solidarité et d'éthique religieuse du travail pour lancer des activités économiques seules ou avec les membres d'une même association religieuse et à utiliser les symboles religieux pour dénommer leurs entreprises. En contexte musulman, les entrepreneures reprennent à leur compte l'idéal-type de la femme entrepreneure et éducatrice. Le récit d'une présidente d'entreprise associative à Saint-Louis déclare :

Comme elle, j'ai été la marraine des orphelins et des enfants de la rue parce que depuis toute petite, j'ai vu mes parents le faire. Après, il y a eu mes amies qui se sont regroupées, chacune voulant faire une activité, autour d'une caisse populaire. Nous nous sommes organisées pour nous entraider. C'est de là qu'est née l'Association des femmes pour la solidarité et le développement du Nord, l'AFSDN, en 1999–2000. (Nabou, 5 septembre 2016, Saint-Louis.)

La réappropriation des discours religieux passe par la valorisation de l'éducation et l'engagement religieux. Rama, 63 ans, présidente de l'entreprise Khadija :

Voilà... j'ai eu un père, je dis bien un père qui a été un éducateur, un enseignant de taille que je peux dire et que tout

Saint-Louis connaît. C'est certainement de là que j'ai hérité de cet engagement. Un père qui a su très tôt nous apprendre, nous éduquer non seulement dans le droit chemin de l'Islam, mais également dans le travail. (Entretien, 13 sept 2016, Saint-Louis date, ville.)

D'autre part, les entrepreneures musulmanes valorisent les solidarités dans le couple (entre époux et épouses). Le récit de Fatou, 60 ans, présidente d'une association de femmes transformatrices de produits agricoles, détaille l'engagement permanent de son mari dans leurs activités :

Tu vois ! Là également je prie Dieu pour que mon mari ait longue vie parce que j'ai la conviction et la foi qu'une femme ne peut pas réussir sans son mari. C'est lui qui m'encourage à persévérer dans ce travail. On n'a pas de siège à l'association, c'est ici que nous nous réunissons pour nos réunions, parfois également je l'invite aussi à partager certaines informations et vraiment c'est notre homme de troupe. (Entretien, 2 septembre 2016, Saint-Louis.)

Les discours des entrepreneures musulmanes valorisent les solidarités féminines et familiales, comme le montre le récit de Fatou :

Nous avons un réseau qui porte le nom de Mame Fawad Wélé, au sein duquel nous avons défini un certain nombre de principes de fonctionnement. Quand il s'agit de mariage, on autorise chacun des membres à organiser une réception pour la jeune mariée puisque c'est une cérémonie assez symbolique et qui en vaut la peine. Toutefois, pour un baptême, la tontine ne fait que contribuer à l'achat de quelques tissus accompagné d'une enveloppe de 200 000 FCFA pour l'aider à faire des cadeaux à la belle-famille, comme il est de coutume au Sénégal. (Entretien, 13 septembre 2016, Saint Louis.)

Les récits des musulmanes reflètent les contextes de polygamie et de la réappropriation de la féminité par la mobilisation des symboles de l'épouse-puissante et de la maternité-pouvoir. Face à ce qu'elles appellent « le destin de la polygamie », la féminité est appréhendée sous un double rapport de pouvoir et de solidarité de genre. La polygamie est subjectivée comme une arène où la concurrence et la rivalité féminine entraînent une certaine hiérarchie

entre les femmes (épouses favorites) et des relations d'aïnesse et d'ancienneté entre épouses (âgées et jeunes). Néanmoins, la polygamie est considérée comme une ressource d'entrepreneuriat qui favorise la coopération et des solidarités féminines. Le récit de Sokhna, 53 ans, présidente de groupement féminin, est illustratif :

La polygamie favorise la compétition entre les femmes. C'est très important et primordial. Cela va diminuer la pauvreté et conscientiser. La rivalité existe entre les femmes... Parfois tu rentres dans une famille pauvre ; les hommes ne peuvent pas vraiment joindre les deux bouts : ce sont les femmes que Dieu a aidées qui s'occupent de toute leur famille. Elles sont des exemples pour les autres femmes. (Entretien, 8 septembre 2016, Saint Louis.)

Les entrepreneures musulmanes n'hésitent pas à renouer avec la figure de la mère modèle, soumise et dévouée à la communauté. Chez les entrepreneures protestantes, la réappropriation des discours religieux sur l'entrepreneuriat est moins apparente. Néanmoins, quelques rares protestantes choisissent le nom de leurs entreprises en référence avec des personnalités bibliques.

En revanche, chez les entrepreneures catholiques, la réappropriation des discours religieux est visible à travers les entreprises associatives paroissiales constituées. Elles utilisent des symboles de figures de saintes pour dénommer leurs activités (Marie Immaculée céréales, Sainte-Marguerite savonnerie, etc.). Ainsi, elles donnent le gage de créer des entreprises éthiques qui se fondent sur des valeurs morales partagées par les membres et approuvées par l'église. De fait, des femmes d'une même paroisse ou d'une même association religieuse se mobilisent autour d'activités génératrices de revenus. Le récit de Ndèye Marie, 50 ans, présidente d'une cellule paroissiale et du même groupement féminin de transformation céréalière mérite d'être cité :

Avec l'association des femmes catholiques et d'autres petits sous-groupes que j'ai mis en place, nous nous réunissons en sœurs chrétiennes pour nous retrouver, échanger, pour prier d'abord parce que le premier lien, c'est la prière et l'appartenance à la même communauté. Alors nous nous sommes dit : pourquoi ne pas essayer d'aider les autres à entreprendre et à donner plus de sens au mouvement ? J'ai informé en assemblée l'abbé Joseph de la paroisse Notre

dame de Lourde qui nous a demandé de former les groupes.
(Entretien, 15 septembre 2016, Saint Louis.)

Ces nouveaux discours véhiculent-ils de « nouvelles » dynamiques de genre ou ne dissimulent-ils pas des rapports de pouvoirs entre les hommes qui dominent les sphères religieuses, sociales et politiques et les femmes qui monopolisent le pouvoir domestique ?

Dynamique de genre dans les pratiques religieuses d'entrepreneuriat féminin

Avoir le soutien des acteurs religieux comporte un enjeu important d'accès aux ressources matérielles et immatérielles pour les entrepreneures que nous avons rencontrées. Les données de terrain mettent en lumière une certaine disparité dans la répartition des ressources mises à disposition par les acteurs religieux. Cette répartition semble dépendre non seulement des liens religieux (individuels ou collectifs) entretenus avec les acteurs confessionnels, mais aussi des ressources disponibles dans les espaces et réseaux religieux considérés. Les soutiens fournis par les acteurs religieux, et plus précisément les hommes, aux entrepreneures ne se manifestent pas de la même manière dans les trois groupes étudiés. Face aux inégalités d'accès aux réseaux économiques pour les femmes entrepreneures interrogées, les espaces religieux offrent des ressources multiples : matérielles à l'instar du microcrédit, immatérielle, symbolique (les prières), et relationnelles, avec l'accès à des réseaux d'affaires pouvant déboucher sur des occasions de marché.

L'accès aux ressources financières d'entrepreneuriat et la médiation de l'Église : mainmise ecclésiale ou garantie morale

En tant qu'enjeu de première importance d'autonomisation féminine, l'accès au financement constitue la première composante des dispositifs de soutien confessionnel. Dans la longue tradition d'aide et d'assistance aux pauvres, et des femmes en particulier, l'Église met à la disposition des entrepreneures catholiques des ressources matérielles variées. Ces dernières y recourent du fait de leur proximité relationnelle (individuelle et associative) avec les

autorités ecclésiales, mais aussi compte tenu du caractère social de leurs entreprises, qui regroupent des femmes vulnérabilisées (veuves, déplacées, âgées, moins éduquées) et très engagées dans les œuvres caritatives et d'animation de la vie ecclésiale. L'imbrication de ces logiques sociales et économiques portées par l'église est de nature à entraîner une centralisation des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat féminin. Laquelle centralisation procède par une logique de genre. La sœur Pauline, 46 ans, conseillère des groupements d'entrepreneures d'une paroisse à Saint-Louis, explique :

Dans l'Église, il y a toujours une hiérarchie. Tout ce que nous faisons, nous en rendons compte. Si ça dépend de l'association, on rend compte, si ça dépend de la Caritas, on rend compte. Parce que tout ce qui se fait ici, les femmes rendent des comptes, on vérifie et on dépose à la Caritas pour qu'ils comptabilisent aussi ce qui se fait, parce que c'est important. (Entretien, 25 août 2019, Dakar.)

Ce récit témoigne du regard de l'Église catholique en général sur les groupements d'entrepreneures qu'elle accompagne. Cela justifie l'envoi d'un aumônier conseiller ou d'une religieuse conseillère qui se charge de la dimension spirituelle des membres des groupes et veille à ce que l'éthique ecclésiale demeure au sein de ces groupements féminins. Dans la majeure partie des cas, on retrouve des figures féminines religieuses dans les groupements féminins pour favoriser une plus grande liberté à la parole et le développement d'une certaine solidarité féminine. Sur le plan administratif, le respect de la hiérarchie de l'Église catholique est aussi manifeste. Dans certaines paroisses, l'idée de mettre en place des groupements d'entrepreneures femmes vient des autorités ecclésiales. Ce qui par conséquent leur confère un certain droit de regard sur l'organisation de ces groupements. En témoignent les propos de Mme Devo D., 45 ans, présidente d'un groupement de femmes :

Oui, bien sûr, nos courriers sont toujours signés par le curé de l'église. Comme nous sommes une association de l'église, c'est la signature du père curé. Ce sont les deux signatures, si ma signature n'y est pas, si la signature du curé n'y est pas, le courrier ne va nulle part. (Entretien, 25 août 2019, Dakar.)

La signature du curé est déterminante dans l'obtention de certains services ou de certaines ressources. En plus d'être une garantie pour ces entrepreneures, la signature du curé est importante lorsque c'est la Caritas qui donne accès au crédit. L'ONG intervient aussi comme une garantie financière auprès de certaines institutions financières. C'est par exemple le cas avec le crédit obtenu par les entrepreneures catholiques. Des responsables de cette institution financière ont pu profiter d'un rassemblement des évêques du Sénégal pour exposer leur souhait qui a été finalement exaucé par les autorités ecclésiales.

Le fait de passer par les acteurs religieux pour atteindre les femmes montre l'importance de la hiérarchie dans l'Église catholique ainsi que l'influence du pouvoir des autorités catholiques au sein des groupements féminins. Elles mettent à la disposition de ces organisations féminines différentes ressources matérielles qui vont de la mise à disposition de terres au prêt de locaux. La « boutique de céréales » par exemple a permis aux entrepreneures catholiques d'une paroisse de Saint-Louis d'avoir un espace de rencontre et de stockage de leurs productions, et aux entrepreneures de « l'Immaculée Conception » de Ziguinchor d'obtenir des intrants et de faire du maraîchage. La mise à disposition de ces ressources contribue à renforcer les relations de confiance entre les entrepreneures et les autorités ecclésiales.

La médiation de l'Église auprès des ONG catholiques (Caritas, Catholic Relief Services [CRS], l'Association nationale des femmes catholiques [ANPF]) contribue également à entretenir les liens religieux avec les entrepreneures. Pour récompenser leur participation à l'animation de la vie religieuse et les fidéliser, ces ONGs recourent souvent aux autorités de l'Église catholique dans le respect des procédures hiérarchiques pour joindre les entrepreneures.

Par exemple, les entrepreneures de différentes paroisses des diocèses de Saint-Louis, Ziguinchor et Dakar ont bénéficié du soutien d'organisations catholiques et d'ONG (non) confessionnelles et étatiques en formation sur la transformation de la tomate, la fabrication de sirop de fruits d'acajou et de bissap, la fabrication du savon, la gestion des jardins polyvalents avec des visites auprès des moines qui ont un plus grand ancrage dans le domaine agricole. Dans cette optique, l'ONG Caritas leur offre aussi des ressources indirectes (mise à disposition de terrains par l'Église, équipements hydroagricoles des jardins polyvalents et périmètres maraîchers).

L'accès aux réseaux d'affaires : solidarités féminines et clientélisme religieux

La seconde composante du soutien religieux aux initiatives d'entrepreneuriat féminin réside dans la mise à disposition de ressources relationnelles et symboliques qui est aléatoire et séculière pour les musulmanes rencontrées. Avec l'organisation de l'islam soufi au Sénégal fondée sur une proximité relationnelle de dépendance personnalisée des disciples à leur marabout, les entrepreneures musulmanes ne peuvent pas ouvertement compter sur les ressources financières disponibles au sein de leurs confréries. Elles participent à la vie religieuse par l'organisation d'événements religieux (conférences, visites pieuses, Pèlerinage, entretien des édifices religieux, marrainage des enfants de la rue, dons pieux, etc.). Moyennant des services rendus à leurs guides religieux, elles peuvent être amenées à solliciter les prières et la médiation sociale des marabouts ou de leurs épouses qui leur facilitent l'accès à des réseaux d'affaires, par leur intervention auprès de femmes et d'hommes influents présents dans le champ politique, économique ou au niveau institutionnel. Ce clientélisme est mis en scène lors des événements religieux et par des contributions financières (dons pieux et dépenses d'investissement social).

Le clientélisme des musulmanes observées est diversifié et multidimensionnel. Pour accéder aux dispositifs de financement, elles n'hésitent pas à privilégier les groupements de promotion féminine, y compris catholiques, pour augmenter leurs chances d'obtenir les financements. Elles peuvent ainsi collaborer à partir de relations de confiance préexistantes (parenté, amitié, voisinage, etc.). Toutefois, il ne faut pas exagérer cette collaboration séculière. Pour les entrepreneures musulmanes, les discours se focalisent sur les possibilités du dialogue interreligieux. Or pour les chrétiennes, le fait de coopter des entrepreneures musulmanes dans leurs groupements se situe dans le prolongement de leur engagement religieux et de partage d'expérience entrepreneuriale. Les logiques d'humanisme et de solidarité sont mises en avant. Ces discours d'entrepreneures comportent une dimension pragmatique importante. L'enjeu essentiel reste pour elles l'accès aux ressources pour nourrir leur projet d'autonomisation économique et sociale.

À ce titre, l'accès au marché révèle une dimension sociale importante des réseaux religieux. Pour la commercialisation des

produits maraîchers ou agricoles, l'ONG Caritas offre aux femmes l'occasion de faire connaître leurs produits par des expositions lors des activités de l'église. La foire des Œuvres sociales organisée par l'ONG chaque année représente un des plus grands rendez-vous d'échanges où les entrepreneures peuvent vendre leurs produits et élargir leur carnet d'adresses. De plus, les entrepreneures catholiques peuvent profiter des sorties de messes et des assemblées diocésaines pour passer les commandes à d'autres membres qui organisent des activités religieuses sur le territoire national. Avec le système de représentation de la Caritas par diocèse, elles peuvent être sollicitées pour des commandes (couscous, riz, produits maraîchers ou transformés par exemple). Cette médiation leur permet non seulement d'être mieux connues au sein de la communauté religieuse et bien au-delà, mais aussi de développer des partenariats avec d'autres entrepreneures qui sont dans des secteurs différents.

Pour les entrepreneures musulmanes de notre échantillon, le soutien religieux n'a pas le même sens. Plus clientélistes, elles ont tendance à solliciter l'ONG catholique de manière ponctuelle, notamment sur l'accès à des ressources directes. Elles ne cherchent pas uniquement les financements qu'elles peuvent aussi trouver entre autres auprès des institutions de microcrédit de programmes publics. L'orientation agricole de l'ONG Caritas constitue une raison suffisante pour obtenir des intrants, des formations ciblées ou des financements pour toutes les entrepreneures que nous avons rencontrées au nord comme au sud du Sénégal. Néanmoins, l'analyse des trajectoires montre une tendance à une mobilisation d'autres réseaux plus égocentrés et séculiers chez les musulmanes. Dans cette perspective, elles peuvent se tourner vers des réseaux religieux qui offrent des occasions d'affaires sans se soucier des risques de prosélytisme.

Or pour les catholiques, les échanges de services entre les autorités et les entrepreneures catholiques sont aussi apparents dans l'organisation des activités ecclésiales telles que les fêtes patronales, l'ordination des prêtres, les camps de jeunesse, les recollections durant le carême, etc. L'ONG Caritas demeure pour elles un partenaire privilégié qui leur permet à la fois de concilier engagement religieux, entreprise éthique et ressources économiques et sociales. Elle procure un avantage compétitif pour soutenir les initiatives sociales et offre des chances d'une plus grande visibilité à la fois dans l'espace religieux et public. Pour les entrepreneures

protestantes, la médiation des pasteurs reste symbolique pour les prières et la mise en réseau dans l'espace religieux. Peut-on voir dans le soutien des acteurs religieux à l'entrepreneuriat féminin une source d'autonomisation ?

Aspirations d'entrepreneures : le paradoxe de l'autonomisation des femmes

Au regard des pratiques religieuses de soutien à l'entrepreneuriat féminin, on s'aperçoit très vite que les logiques d'autonomisation semblent plus fortes chez les protestantes et les musulmanes. Elles ont une grande marge de manœuvre pour porter des initiatives individuelles et collectives. En revanche, chez les catholiques, les dispositifs d'accès au financement ou à des réseaux d'affaires peuvent s'avérer tout à fait ambivalents et limités au plan confessionnel. Certes, les femmes sont encouragées à entreprendre pour se libérer de la dépendance des hommes, mais ces programmes, en plus d'être à petite échelle (microcrédit pour des groupements de femmes, secteurs d'activité), confortent une division sexuelle et sociale du travail inégalitaire.

Si on s'inscrit dans un cadre d'interprétation du féminisme matérialiste, nous dirions que la double exploitation du travail domestique et des capacités procréatrices (Meillassoux, 1992) s'en trouve renforcée, puisque les femmes continuent à fournir ce travail, alors qu'elles disposent de leurs revenus propres (Delphy, 1998). Cela d'autant plus que les entrepreneures continuent de jouer un rôle important dans la production domestique et que leurs revenus sont essentiellement réinvestis dans la famille, notamment pour subvenir aux frais de santé et d'éducation de leurs enfants, pendant que les hommes se proposent d'autres objectifs dans l'espace public.

En soutenant l'entrepreneuriat des femmes en matière de périmètres maraîchers et des jardins polyvalents, l'ONG Caritas vise un double objectif : renforcer la sécurité alimentaire en encourageant un usage adéquat de la production pour une autoconsommation familiale et réussir à commercialiser le surplus de façon à permettre aux femmes de disposer de revenus, d'augmenter leur pouvoir d'achat et de rehausser le niveau de vie des ménages. D'ailleurs, les entrepreneures sont souvent les premières à valoriser leurs contributions à l'économie familiale. Désormais, leur statut

d'entrepreneure les conduit à endosser plus de responsabilités économiques qui revenaient en principe aux hommes. Encore faudrait-il distinguer les femmes entrepreneures selon le parcours professionnel et confessionnel pour mieux rendre compte des stratégies de lutte contre ces inégalités de genre.

En privilégiant les récits des entrepreneures sur l'autonomie, les analyses mettent en évidence des perspectives tout à fait différentes. D'entrée de jeu, il est important de souligner l'importance de la nuance entre autonomie et émancipation pour les entrepreneures étudiées. On aurait pu penser qu'avec des niveaux d'études assez élevés, les protestantes et les musulmanes de notre échantillon seraient plus militantes en faveur de discours émancipateurs, alors que leurs consœurs catholiques se distinguent par leur conformisme. Mais les récits de chacune d'elles ne remettent pas toujours en cause la distribution sociale des rôles. Elles cherchent toutes le soutien des hommes dans la famille, leur mari en particulier, et dans l'espace religieux, des figures dominantes tout au long de leur parcours entrepreneurial. Elles révèlent par leurs discours toute la satisfaction sociale et personnelle qu'elles retirent des médiations familiales et religieuses.

Dans le discours des entrepreneures catholiques, l'objectif ne consiste pas à s'affranchir entièrement de l'autorité des hommes. Elles acceptent la sacralisation de leur rôle domestique et de la domination masculine, mais se servent de leurs entreprises associatives religieuses pour compenser le coût de leur subordination. Comme l'explique Catherine, 43 ans, chef d'une entreprise sociale de commercialisation de céréales locales : « les femmes participent aux activités validées par les hommes, mais elles les détournent à leurs propres fins ». S'il leur est primordial de s'allier sur le plan institutionnel, le soutien des acteurs religieux pour faire prévaloir leur légitimité, les mobiliser sur le plan familial pour accéder aux ressources (financières et relationnelles) leur paraît tout aussi important. Elles réclament l'intervention ou la médiation des membres de leur famille, précisément ceux qui viennent exercer sur elles leur protection, puis leur domination, c'est-à-dire les hommes (mari, père, frère ou l'oncle) influents dans la vie pastorale ou confrérique pour faciliter leur accès aux ressources disponibles dans l'espace religieux et bien au-delà.

Le cas de Justine, 37 ans, mérite d'être cité. Présidente d'un réseau de fédérations de femmes rurales, son mari était animateur de l'ONG Caritas, puis trésorier général de l'organisation, avant d'être commissaire de district. Grâce à sa position et à celle de son frère qui est le prêtre du village, Justine a une meilleure information sur les programmes et financements de la Caritas et de ses partenaires auxquels son entreprise sociale peut postuler. Parallèlement, le séminaire Saint-Joseph, qui est dirigé par son beau-frère, lui sert de vitrine pour promouvoir les activités de la fédération des femmes, pendant que Justine utilise sa position de conseillère municipale à la mairie pour avoir un soutien financier et matériel pour le séminaire.

Cet exemple montre que la forte imbrication des logiques familiales et religieuses dans le parcours entrepreneurial ne permet pas aux femmes catholiques de s'affranchir de l'autorité des hommes qui dominent ces espaces. Elles préfèrent négocier des faveurs avec ces derniers pour améliorer leurs conditions de vie, leur statut dans leur foyer et acquérir une certaine autonomie financière et sociale pour échapper à la dépendance économique de leur mari. Néanmoins, des discours critiques quelque peu exceptionnels parmi les entrepreneures catholiques émergent pour mettre en cause le rôle périphérique des femmes dans les sphères d'influence spirituelles et religieuses.

Cependant, chez les entrepreneures musulmanes, les aspirations à plus d'autonomie sont plus fortes. Du fait de leur forte culture entrepreneuriale renforcée pour celles qui ont un niveau d'éducation assez élevé, l'ouverture et l'expérience de collaboration avec les institutions demeurent plus fortes. Elles sont très tôt sensibilisées sur les questions de genre par des formations diverses, notamment en ayant recours à d'autres réseaux. De plus, par leur engagement, au niveau local, dans les instances politiques (partis, mairies), elles sont amenées à porter les revendications féminines en matière de citoyenneté et d'équité pour l'accès à la terre, la production agricole et l'élevage.

En outre, si dans l'espace familial, elles tiennent à assumer leur rôle de pourvoyeuses économiques de leur famille, la subordination de leur statut aux rapports de conjugalité (polygamie, divorce ou veuvage) pousse les entrepreneures musulmanes à réinvestir une partie de leurs revenus dans des projets personnels (immobilier pour la plupart) ou à diversifier leurs activités génératrices de revenus et

sociales pour parer à toute éventualité, notamment l'arrivée d'une nouvelle épouse, la sortie ou la rupture de la relation conjugale.

Finalement, malgré la volonté des femmes et de leurs partenaires religieux de réduire leur dépendance vis-à-vis des hommes, les parcours d'entrepreneures montrent des logiques d'autonomisation confinées dans les espaces religieux et familiaux. Cela plus chez les catholiques, du fait de leur forte intégration dans les réseaux religieux coiffés par l'Église, que chez les musulmanes et les protestantes, qui se montrent plus pragmatiques en diversifiant leurs réseaux. Pour les protestantes, les aspirations demeurent familiales et interpellent sur les défaillances des rôles masculins dans le mariage et sur les responsabilités économiques. Dans le groupe d'entrepreneures catholiques, on observe deux tendances : parmi celles de 50 ans, on observe des aspirations politiques pour une meilleure inclusion des femmes dans les instances de décisions religieuses. Alors que pour celles de 60 ans et plus, pour la plupart veuves, les aspirations sont plus orientées vers une reconnaissance sociale et un accès à des revenus pour faire face aux défis de santé liés au vieillissement. En ce qui concerne les entrepreneures musulmanes, les aspirations dépassent ces espaces et vont dans le sens d'une reconnaissance institutionnelle pour un meilleur accès au financement et au marché national et international.

Conclusion

Nous annonçons au début de ce travail que les discours religieux sur l'entrepreneuriat semblaient soutenir les initiatives féminines. Or l'analyse des discours et des biographies étudiées permet de lever le voile sur les logiques religieuses de genre dans l'entrepreneuriat féminin. En réalité, ces discours visent à consolider les rôles familiaux et religieux des femmes.

Ces discours religieux masculins et féminins croisés servent un contexte, celui de la légitimation et de la moralisation du travail féminin. Tout en faisant référence à des textes bibliques, des pratiques prophétiques et des exhortations évangéliques, ils reflètent des représentations sociales du travail féminin et de ses fonctions. Le travail des femmes est valorisé à condition de ne pas menacer les statuts masculins.

L'idéal-type de la femme entrepreneure, éducatrice et soumise est donc promu comme le modèle à suivre pour toutes les femmes, quel que soit leur groupe confessionnel. Ces rôles modèles sont véhiculés par la référence faite aux épouses du prophète de l'islam, l'exemplarité de femmes citées dans les textes saints à l'image de Mariam pour les musulmans et de la Vierge Marie pour les catholiques. Entreprendre revient de fait à s'engager dans un double processus d'autonomisation. Il s'agit de lutter contre toute forme de dépendance économique, en particulier à l'égard des hommes, et sociale pour améliorer leurs conditions de vie et celle de leur famille. Cette logique d'autonomisation qui est également spirituelle entraîne une logique militante qui induit la valorisation de l'exceptionnalité de modèles de soumission féminine reprise dans certaines confréries musulmanes autant pour leur endurance et leurs solidarités aux hommes que leur engagement religieux dans l'éducation des communautés religieuses.

L'analyse évoque les logiques consensuelles de la négociation des normes religieuses et des identités de genre que les femmes se réapproprient pour s'inscrire dans des parcours d'autonomisation légitimes. Doublement contraintes par un faible accès au financement et aux réseaux d'affaires alors dominés par les hommes, les entrepreneures sont amenées à adopter des stratégies différenciées. Tout en acceptant les schémas traditionnels de signification et de la division sociale du travail, en particulier les statuts masculins dans les espaces religieux et familiaux, elles essaient d'en tirer profit.

De leur participation à la vie religieuse, au clientélisme centralisé pour les entrepreneures catholiques et diversifié pour les musulmanes, elles combinent dans leurs stratégies entrepreneuriales des dynamiques de réseaux confessionnels et séculiers. Pendant ce temps, les protestantes se montrent plus indépendantes vis-à-vis du religieux, tout en y restant attachées. Au demeurant, l'imbrication des logiques religieuses et économiques observée dans tous les groupes d'entrepreneures rencontrés contribue à consolider les normes de genre qui confèrent plus de responsabilités familiales et économiques aux femmes.

L'ambivalence des discours des femmes et des acteurs religieux sur l'autonomie rejoint le débat lancé par Halima Diallo et Pascale Molinier (2017) qui établit une différence nette entre le genre dans

l'espace public comme espace d'égalité et le genre dans l'espace privé marqué par des rapports de pouvoir. Cette perspective est aussi valable pour les entrepreneures (jeunes et âgées toutes confessions confondues) étudiées qui sont aux prises avec une segmentation des enjeux de domination suivant les espaces privés (familial et religieux) et publics (institutions).

Dans la même veine, des recherches historiques ont permis de démontrer le poids des réseaux catholiques dans les mouvements féminins (Della Sudda, 2013), dans le christianisme et dans le protestantisme réformé, qui tour à tour ont permis aux femmes d'accéder à l'espace public et d'être plus indépendantes tout en les maintenant dans des rôles classiques (Mentzer, 2009 ; Woodhead, 2012). Si ces publications offrent un bon aperçu de l'évolution des rôles traditionnels féminins, elles ne manquent pas de porter un regard critique sur la religion, dans sa tendance à consolider la division sociale du travail inégale, souvent fondée sur la suprématie de l'homme, chef de famille et la vocation domestique de la femme.

Nous pouvons donc dire que l'analyse du discours religieux sur l'entrepreneuriat féminin révèle de manière frappante l'instrumentalisation de la religion⁵ à l'égard des femmes pour défendre des privilèges et statuts masculins. Toutefois, les femmes qui vivent cette domination réfutent cette manière de voir qui ne répond pas à leurs attentes. Au-delà des spécificités confessionnelles, les pratiques entrepreneuriales révèlent que ces dynamiques d'autonomisation économiques et sociales laissent transparaître de nouvelles aspirations de genre dans ces espaces religieux et familiaux et à différentes échelles.

Ces différentes aspirations féminines traduisent des capacités d'agir plurielles, certes bien ancrées dans la famille et la religion. Les stratégies de réseaux et les facettes du clientélisme féminin reflètent à bien des égards les modalités plurielles d'autonomisation féminine que l'entrepreneuriat offre et dont l'émancipation ne serait qu'une dimension. En récusant l'émancipation, et ses implications égalitaristes, les entrepreneures adhèrent à une vision relationnelle

⁵ Dans *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Émile Durkheim (1968: 95–96) définit la religion comme « un système solidaire de croyances et de pratiques relatives à des choses sacrées, c'est-à-dire séparées, interdites, croyances et pratiques qui unissent en une même communauté morale, appelée Église, tous ceux qui y adhèrent ».

de genre qui leur permet de répondre en priorité aux besoins de leur famille, en privilégiant les solidarités féminines. Ainsi elles peuvent faire bénéficier aux hommes de leur entourage des retombées de leurs initiatives d'entrepreneuriat, en contribuant aux dépenses, à l'éducation et à la santé de leur famille.

L'enjeu fondamental de l'accès aux ressources matérielles et immatérielles demeure la principale condition de l'autonomisation (individuelle, spirituelle, économique, sociale et politique) entendue ici au sens de l'accomplissement féminin. Il pousse les entrepreneures que nous avons interrogées à se réapproprier les identités et les solidarités féminines en choisissant de se mouvoir dans les espaces religieux, à faire valoir la soumission et l'endurance ou la mise à distance des figures d'autorité familiale ou à choisir l'égalité des droits.

Bibliographie

- ANGOULA, Jean-Claude. 2015. *L'Église et l'État au Sénégal : acteurs de développement ?* Paris : L'Harmattan.
- BA, Awa et Laurence GRANCHAMP. 2017. « Femmes africaines nourricières ? La place des femmes dans l'agriculture urbaine à Dakar ». Dans *Résistances et émancipation des femmes du Sud : travail et luttes environnementales*, sous la dir. de Laurence GRANCHAMP et Roland PFERFFERKORN, p. 74–96. Paris : L'Harmattan.
- BERTINA, Ludovic. 2013. « La doctrine catholique du “développement humain intégral” et son influence sur la communauté internationale du développement ». *Revue internationale de politique de développement*, no 4, p. 141–154.
- CHARLIER, Sophie, Katinka IN'T ZANDT, et Pascale MAQUESTIAU. 2018. « De l'individuel au collectif, l'empowerment des femmes, un outil de changement et/ou de plaidoyer ». Dans *Le développement revisité : 60 ans d'études du développement*, sous la dir. de Isabel Yépez DEL CASTILLO, Sophie CHARLIER et Emmanuelle Piccoli, p. 163–176. Louvain-La-Neuve : Presses universitaires de Louvain.
- COULON, Alain. 1993. *Ethnométhodologie et éducation*. Paris : Presses universitaires de France.
- DELLA SUDDA, Magali. 2013. « Politisation et socio-histoire ». Dans *Dictionnaire genre et science politique : concepts, objets, problèmes*, sous la dir. de Catherine ACHIN et Laure BERENI, p. 407–418. Paris : Presses de Sciences Po.
- DELPHY, Christine. 1998. « Travail ménager ou travail domestique? ». Dans *L'ennemi principal*. Volume 1, *Économie politique du patriarcat*, sous la dir. de Christine DELPHY, p. 55–73. Paris : Syllepse.
- DIALLO, Halima et Pascale MOLINIER. 2017. « “Faire du genre” au Sénégal ». *L'Autre*, vol. 18, no 1, p. 57–66.
- DURKHEIM, Emile. 1968 [1912]. *Les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie* (5^e éd.). Paris : Presses universitaires de France.
- GUÉRIN, Isabelle, Isabelle HILLENKAMP, Magalie SAUSSEY et Monique SELIM. 2017. « Diffusions, appropriations et contestations des normes d'émancipation des femmes ». Dans *Résistances et émancipation des femmes du Sud : travail et luttes environnementales*, sous la dir. de Laurence GRANCHAMP et Roland PFERFFERKORN, p. 143–168. Paris : L'Harmattan.
- KAAG, Mayke M. A. 2011. *Islam et engagements au Sénégal : résultats d'un programme de recherche demandé par l'Ambassade du Royaume des Pays-Bas à Dakar*. Leyde : Centre d'Études Africaines.
- MEILLASSOUX, Claude. 1992. *Femmes, greniers et capitaux*. Paris : L'Harmattan.
- MENTZER, Raymond A. 2009. « The Reformation of Rights : Law, Religion, and Human Rights in Early Modern Calvinism – by John Witte, Jr. ». *Religious Studies Review*, vol. 35, no 4, p. 291.
- SÈNE, Marie Thérèse D. et Sadio Ba GNING. 2019. « De l'aide d'urgence à

l'entrepreneuriat féminin : le rôle des ONGs religieuses dans la transition humanitaire au Sénégal ». Colloque Fondation Konrad Adenauer : « Dialogue interreligieux, religion et développement économique ». Dakar, 25 et 26 juin.

VERGER, Chantal. 1995. *Pratiques de développement : l'action des chrétiens et des Églises dans les pays du Sud*. Paris : Karthala.

WEBER, Max. 1967 [1920]. *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme suivi de Les sectes protestantes et l'esprit du capitalisme*. Paris : Presses-Pocket.

WOODHEAD, Linda. 2012. « Les différences de genre dans la pratique et la signification de la religion ». *Travail, genre et sociétés*, vol. 27, no 1, p. 33–54.

Abstract : This article examines the role of religious networks by analyzing the career paths of 70 (Protestant, Catholic and Muslim) businesswomen who were interviewed between 2016 and 2021. While taking account of the contexts of legitimization and moralization of women entrepreneurship, the study sheds light on new gender aspirations at various levels.

Keywords : religion, women entrepreneurs, gender, empowerment, religious discourse, intergenerational
