

## CONTEXTE

# L'ENTREPRISE SOCIALE EN BELGIQUE

### Histoire

En Belgique, une première définition de l'économie sociale a été adoptée en 1990 par le Conseil wallon de l'économie sociale (CWES), qui reste la référence majeure: «L'économie sociale regroupe les activités économiques exercées par des sociétés, principalement coopératives, des mutualités et des associations, dont l'éthique se traduit par les principes suivants: finalité de service aux membres ou à la collectivité plutôt que finalité de profit, autonomie de gestion, processus de décision démocratique, primauté des personnes et du travail sur le capital dans la répartition des revenus».

### Statuts légaux

Historiquement, les entreprises souhaitant une reconnaissance d'entreprises sociales en Belgique étaient enregistrées soit comme associations sans but lucratif, fondations (loi de 1921), coopératives (création du Conseil national de la coopération en 1955) ou encore comme mutuelles (loi de 1990).

En 1995, le statut d'« entreprise à finalité sociale » a été créé pour permettre à des entreprises commerciales, comme des sociétés anonymes ou des entreprises à responsabilité limitée, de se doter d'une finalité sociale. Dans ces entreprises, les bénéficiaires ne sont pas une fin en soi mais plutôt un moyen de réaliser la finalité sociale de l'entreprise. La Wallonie et la Région Bruxelles-Capitale ont adopté des lois qui définissent l'économie sociale dans sa globalité.

Les dispositifs suivants existent en région wallonne :

- **Les entreprises d'insertion** : qui ont comme mission sociale l'intégration des personnes défavorisées et gravement défavorisées.
- **Reconnaissance en tant qu'entreprise d'insertion** (anciennement fédéral) ;
- **Les Entreprises de Travail Adapté (ETA)** : Emploient majoritairement des personnes handicapées en leur offrant un travail utile et rémunérateur et en mettant en place des postes de travail adaptés.
- **Les Entreprises de Formation par le Travail (EFT) et les Organismes d'Insertion Socio-Professionnelle (OISP)** : Concernent la formation du public plus éloigné des dispositifs de formation traditionnels en vue de faciliter

son intégration dans un emploi ou une formation durable et de qualité.

**Les initiatives de développement de l'emploi dans le secteur des services de proximité à finalité sociale (I.D.E.S.S)** : offrent à des particuliers des services de proximité. Les objectifs sont la création d'emplois et le renforcement de la cohésion sociale.

**le décret relatif à l'intégration des personnes handicapées (AWIPH)** ;

**Projets pilotes en économie sociale** : stimuler le terrain et permettre le développement d'une pépinière d'expériences.

Des dispositifs similaires pour les entreprises d'insertion existent pour la Région de Bruxelles-capitale, notamment l'agrément en entreprises d'insertion (EI) ou en initiatives locales de développement de l'emploi (ILDE).

### Secteurs et taille

Les secteurs d'activités en économie sociale sont très variés. Les entreprises sociales opèrent dans différents secteurs et la grande majorité est orientée en faveur de l'intégration professionnelle de travailleurs défavorisés. Les secteurs des services de proximité et de la santé humaine et action sociale sont également fortement représentés. Des secteurs tels que le recyclage et l'environnement sont également pionniers en matière d'innovation sociale et constituent des niches économiques spécifiques aux entreprises sociales.

Fin 2014, on comptait 10.530 associations (soit près de 95% des entreprises sociales) qui fournissaient 215.736 postes de travail (soit 88 % des postes de travail de l'ES). La répartition par région est la suivante : RBC = 4.401 et RW = 6.129.

### L'économie sociale et les femmes

Septante pour cent des salariées en économie sociale sont des femmes, ceci peut s'expliquer par les nombreux parallélismes entre les tâches du travail du secteur et les tâches ménagères.

Le décret wallon du 9 janvier 2014 est destiné à promouvoir une représentation équilibrée des femmes et des hommes dans les Conseils d'administration des ASBL. En 2011, 36% des membres des conseils d'administration des ASBL wallonnes étaient des femmes. Ce qui reste plus élevé que la parité des Conseils d'administration des grandes entreprises cotées en bourse où près de 27% sont des femmes (au 1<sup>er</sup> semestre 2016).

Les données sur la question du genre en Belgique listées par l'institut européen pour l'égalité des genres (EIGE) sont peu actualisées.

## Recommandations politiques

- \* Investir dans des actions de sensibilisation (consultations publiques, campagnes de communication...) afin d'augmenter la visibilité des entreprises sociales et de l'entrepreneuriat social féminin
- \* Favoriser et promouvoir l'égalité homme-femme dans toutes les entreprises
- \* Développer la formation au secteur de l'entrepreneuriat social avec une attention particulière envers les femmes
- \* Augmenter et faciliter l'accès, notamment à travers une simplification administrative, aux mesures de soutien, de financement et de taxation destinées aux entreprises sociales et aux réseaux clés du secteur de l'économie sociale
- \* Promouvoir et faciliter l'octroi de marchés publics aux entreprises sociales grâce à l'utilisation des considérations sociales et des marchés réservés.
- \* Garantir l'utilisation des Fonds spécifiquement destinées à la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale aux entreprises qui ont une mission sociale
- \* Investir dans la mesure de l'impact social et économique des entreprises sociales et leur plus-value pour la société en général, et en particulier pour l'accès à l'emploi des femmes

### TRAVAUX CITÉS

"From third sector to social enterprise: a European research trajectory" par Jacques Defourny  
<http://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/180668/1/Chap.%201%20Defourny%202014.pdf>

"The Social Business Initiative of the European Commission" by DG Internal Market & Services (2014).  
[http://ec.europa.eu/internal\\_market/publications/docs/sbi-brochure/sbi-brochure-web\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/publications/docs/sbi-brochure/sbi-brochure-web_en.pdf)  
« Le décret wallon EFT OISP, ses implications et ses enjeux » par Véronique Dupont (2007).

<http://communaute-francaise.lire-et-ecrire.be/images/documents/pdf/analyses2007/9%20decret%20eft%20oisp%20159.pdf>

« Les Cahiers de L'observatoire n°12 : ÉTAT DES LIEUX de l'économie sociale en 2014 » (2016) réalisé par ConcertES.  
[http://www.observatoire-es.be/wp-content/uploads/2016/04/OES\\_LesCahiers12\\_WEB.pdf](http://www.observatoire-es.be/wp-content/uploads/2016/04/OES_LesCahiers12_WEB.pdf)

« Gender Balance Power Map : L'accès des femmes aux postes à responsabilité en Belgique - Entre entreprise sociale et classique : se co-inspirer pour un égal accès aux postes à responsabilité » par Estelle Huchet ; Anne-Claire Marquet et Magda Tancau de Pour La Solidarité (2015).

<http://www.pourlasolidarite.eu/sites/default/files/publications/files/ed-2016-gbpm-guidebp.pdf>

« Comment se finance le secteur associatif? » de Sybille Mertens et Michel Marée (2011).

<http://www.ces.ulg.ac.be/uploads/CES%20enquête%20ASBL.pdf>

« Country profile of Belgium - Gender Equality Index 2015 »  
<http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/Belgium-Gender-Equality-Index-2015.pdf>

### Interviews avec les femmes entrepreneuses sociales suivantes :

Hafida Bakioui - Centre Alia / Dominique Bricoult - Le Gerموir / Victoria Diyakova - Réconfort+/ Stéphanie Fellen - Made and More / Francine Feret - Cum Verbis / Emilie Many - Les Capucines / Nadine Moreau - Ateliers de Tertre / Marleen Teugels - Amazone

## MINI-RAPPORT

L'entrepreneuriat social des femmes en

# BELGIQUE

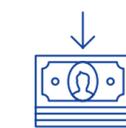
EN RÉGION WALLONNE ET EN RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE

Participer à un changement de société en entreprenant autrement

En Belgique, les femmes entrepreneuses apportent de la valeur ajoutée dans la création d'une société plus inclusive, solidaire, égalitaire et participative

### APERÇU\*

\*Sur 25 femmes interrogées



Chiffre d'affaires annuel :  
1/3 : moins de 10.000 €  
1/3 : de 10.000 € à 250.000 €  
1/3 : plus de 500.000 €



Un peu moins de la moitié des entreprises sociales ont moins de 5 ans d'existence et un tiers ont plus de 10 ans d'ancienneté.

**56%** (des femmes) réinvestissent plus de 90% de leurs bénéfices dans leur entreprise sociale pour la poursuite de l'objet social.



Plus de **40%** du Chiffre d'Affaires provient du marché privé pour la majorité des femmes (60%).

**95%**

ont l'impression que leur expérience d'entrepreneuriat social les a aidées à se construire en tant que femme.



En moyenne, **11 emplois à temps-plein et 7,4 emplois à temps partiel** sont générés par les entreprises sociales menées par une femme (avec de grandes différences).

### À PROPOS DU PROJET

Ce mini-rapport se base sur des premières données empiriques récoltées par Erika Lambert d'avril à juillet 2016 en Belgique, au nom du Lobby européen des femmes. Les données recueillies proviennent de recherches documentaires et d'entretiens approfondis et semi-structurés qui ont utilisé des méthodes d'entrevue féministes et une enquête en ligne disponible en français; au total, 34 femmes ont été interrogées.

Ces résultats s'inscrivent dans la continuité d'une étude pilote de 2015 lancée par le Lobby européen des femmes et appelée « WEstart : état des lieux de l'entrepreneuriat social des femmes en Europe ». WEstart a pour objectif principal d'acquiescer une meilleure compréhension de la situation et de l'état d'avancement de l'entrepreneuriat social des femmes dans dix pays de l'Union européenne.

Pour plus de renseignements sur WEstart, visitez [www.womenlobby.org](http://www.womenlobby.org) ou [www.WEstartEurope.org](http://www.WEstartEurope.org)

PHOTO CREDITS  
p3. Photo de gauche: ©SRIB.  
p3. Photo de droite. Extraite le 22 juin, 2016 de <http://www.reconfortplus.com/equipe>  
p5. © Jean van Cleemput.  
Extraite le 8 septembre, 2016, de <http://www.flair.be/fr/mode-beaute/393946/rencontre-avec-stephanie-fellen-creatrice-de-le-shop-ethique-made-more>



### PRINCIPALES OBSERVATIONS

« Développer aussi bien l'aspect économique à travers le magasin social que l'aspect social, en répondant à un maximum de demandes de familles qui sont en difficulté. »

Emilie Many  
DIRECTRICE DES CAPUCINES  
(un magasin social qui favorise l'emploi et la formation de personnes défavorisées.)

- **ÉCOSYSTÈME** - Le secteur de l'économie sociale rassemble principalement les associations, les entreprises coopératives, les sociétés à finalité sociale (SFS), les organisations mutualistes et les fondations.
- **SECTEURS** - santé humaine et action sociale, services de proximité, logement et restauration, autres activités de services, enseignement, arts, spectacles et activités récréatives, recyclage et environnement.
- **MISSIONS** - Insertion dans le monde du travail, Environnement et développement durable, Diversité et insertion, Égalité entre les femmes et les hommes
- **MOTIVATIONS** - Chercher à avoir un impact social spécifique ; Idée innovante pour un nouveau produit, processus, marché ou service ; Répondre à un besoin non satisfait de la communauté
- **BARRIÈRES** - Pas assez de financement disponible, Politique et législation au niveau national, Attitudes de la société
- **GENRE** - L'autonomisation des femmes est une priorité dans la mission des entreprises sociales menées par des femmes. Les femmes gèrent leur entreprise sociale en encourageant la participation et la coopération.
- **IMPACT** - La majorité mesure leur impact social et recherche un impact de niveau sociétal

### TABLE DES MATIÈRES

p2 Contexte • p3 Les femmes entrepreneuses sociales • p4 Impact social  
p6 Recommandations politiques • p6 Travaux cités • p6 À propos du projet

Funded by the Rights, Equality and Citizenship Programme

## ÉTUDE DE CAS



### Réconfort+

Victoria Diyakova a fondé son entreprise sociale « Réconfort+ » en 2012. Société coopérative à finalité sociale active dans le domaine de l'écoconstruction et de l'écocoréovation durable, elle a pour but la réinsertion professionnelle de personnes défavorisées, souvent peu qualifiées. Victoria est arrivée en Belgique en 2000 et a connu une première expérience en tant qu'employée et ensuite directrice d'une coopérative sociale. Les valeurs véhiculées par ce type d'entreprise l'ont décidée à se lancer dans la création de sa propre entreprise. Elle allie des finalités environnementales et sociales au premier plan, tout en veillant à développer un modèle économique favorisant la participation active des travailleurs aux décisions de l'entreprise.

Aujourd'hui Réconfort+ emploie 20 personnes. Victoria cherche continuellement à augmenter cet impact. Cette ascension a également été possible grâce à l'acquisition d'un marché public et à l'établissement d'une convention de collaboration avec Le Foyer Anderlechtois, bel exemple de collaboration fructueuse entre une instance publique et une entreprise sociale. Victoria convoite sans arrêt de nouveaux projets qui favorisent l'insertion d'un public fragilisé, c'est pourquoi la formation joue également un rôle central dans l'entreprise. Un nouveau projet dans la décoration est en cours de réflexion afin de s'adresser spécifiquement aux femmes vulnérables, souvent exclues du secteur d'activité de la construction. À suivre !

« Mon idée est de créer une petite entreprise où ne travailleraient que des femmes dans le domaine de la décoration (peintures, carrelages, etc.). Il y a beaucoup de femmes dans le domaine de la construction qui sont formées dans ces métiers mais qui ne trouvent pas d'emploi. Tout d'abord la réglementation pour engager des femmes est très stricte et demande beaucoup de moyens et d'investissements. Je dois encore trouver les ressources. J'ai besoin de soutien ».

## LES FEMMES ENTREPRENEURES SOCIALES



### Motivations

Les motifs qui poussent les femmes à démarrer une entreprise sociale ou à s'impliquer pour la première fois dans une entreprise sociale sont multiples. « Répondre à un besoin non satisfait de la communauté » a été cité par 90% des femmes questionnées comme étant une forte motivation. À l'unanimité, 100% des femmes ont qualifié « l'innovation » et « l'impact social spécifique » comme étant des motivations fortes à très fortes. Emilie Many, directrice d'un magasin social Les Capucines, décrit son expérience d'entrepreneuriat social comme marquante lorsqu'il s'agit de la multi-culturalité et de la diversité vécues à travers le projet.

Un autre motif se rapporte au pouvoir de décision. Près de 58% des femmes « cherchent un plus grand pouvoir décisionnel et dirigeant dans leur travail/leur carrière. »

Enfin « Rechercher à faire du profit » n'est pas ou est une petite motivation pour 84% des répondantes.

Deux tiers des femmes répondantes ont cité « le manque de financement disponible » comme un obstacle les empêchant d'atteindre leurs objectifs d'impact social.

### Entreprendre autrement

La grande majorité des répondantes recherche une alternative au modèle économique traditionnel et au monde des affaires. Plus de 80% visent une manière de faire des affaires « plus éthique et plus durable. » Hafida Bakioui, directrice du centre de bien-être Alia, explique qu'à travers son projet elle recherchait « la mixité sociale, la mixité ethnique et la mixité intergénérationnelle. » Elle ajoute que la volonté de développer un projet de qualité au niveau environnemental avait également son importance.

Dans le cadre de ce projet sur l'entrepreneuriat social des femmes, nous avons constaté que des tendances

plus ou moins émergentes flirtent avec le concept d'économie sociale, comme l'économie circulaire, verte, bleue, collaborative... Il est important de noter que plusieurs organisations ont été incluses dans la base de donnée WEstart, bien que leur structure légale soit une société commerciale (SA ou SPRL). Après réflexion au sein de l'équipe du projet WEstart, il a été décidé de les intégrer à cette étude, bien que la distinction soit claire entre une « entreprise sociale » (avec des statuts légaux y afférents) et la notion « d'entrepreneuriat social » qui fait plutôt référence à l'individu, chef de l'entreprise ayant une raison sociale qui répond à des valeurs telles que l'éthique, le commerce équitable, le respect de l'environnement ou encore un certain engagement citoyen. Contrairement aux entreprises à finalité sociale qui le prévoient dans leurs statuts légaux, les sociétés commerciales n'ont pas l'obligation de réinvestir une partie de leurs bénéfices dans la poursuite d'un certain objectif social.

Les entreprises sociales se caractérisent également par un modèle de gestion participative et transparente. Une grande majorité des femmes (86%) estime « gérer leur entreprise sociale en encourageant la participation et la coopération plutôt que par une approche verticale. » Dominique Bricoult, directrice du Germeur une entreprise de formation par le travail qui a un public-cible exclusivement féminin, définit le projet comme un projet participatif. Elle précise : « C'est vraiment important que toute l'équipe puisse participer à la construction du projet. Tous les travailleurs sont membres de l'assemblée générale. » Par rapport à la participation des travailleurs, Hafida Bakioui ajoute également : « nous leur demandons leur opinion sur le développement du centre. Ils participent à la stratégie que nous mettons en place. »

Plus de la moitié des femmes questionnées (57%) visent un changement au niveau communautaire : « avoir une influence sur un groupe large de personnes, par exemple, un quartier, une population marginalisée spécifique dans une zone géographique limitée. » D'après Nadine Moreau, à travers l'insertion professionnelle des personnes handicapées, l'entreprise visent à donner sa chance à des personnes fragilisées : « Il y a beaucoup de profils différents qui ne trouvent pas de travail ailleurs. On dit chez nous : « La bonne personne à la bonne place ! ». C'est notre objectif et faisons tout pour y arriver. »

Dominique Bricoult fait également partie d'un groupe conseil consultatif sur l'égalité des chances en collaboration avec la commune de Charleroi : « Nous échangeons sur notre implication dans la commune. »

## L'IMPACT SOCIAL DES ENTREPRISES DIRIGÉES PAR DES FEMMES

L'impact social recherché par les femmes se situe à plusieurs niveaux : sociétal, communautaire et individuel. Plus de 70% des femmes répondantes visent un impact sociétal : « changer la façon dont les gens envisagent certaines questions ou certains groupes de la population, changer les attitudes et les comportements dans la société en général. » Stéphanie Fellen, directrice et fondatrice de Made and More, une boutique en ligne dédiée à la mode durable et à la transparence sur l'étiquette, souhaite sensibiliser les consommateurs à des achats responsables et respectueux de l'homme et de l'environnement. Nadine Moreau, directrice de l'Entreprise de travail adapté : les ateliers de Tertre, nous relate son expérience professionnelle positive au sein de son entreprise sociale : « J'ai besoin d'avoir du sens. Ici, on se sent utile. La vocation sociale est très marquée. »

Plus de la moitié des femmes questionnées (57%) visent un changement au niveau communautaire : « avoir une influence sur un groupe large de personnes, par exemple, un quartier, une population marginalisée spécifique dans une zone géographique limitée. » D'après Nadine Moreau, à travers l'insertion professionnelle des personnes handicapées, l'entreprise visent à donner sa chance à des personnes fragilisées : « Il y a beaucoup de profils différents qui ne trouvent pas de travail ailleurs. On dit chez nous : « La bonne personne à la bonne place ! ». C'est notre objectif et faisons tout pour y arriver. »

Dominique Bricoult fait également partie d'un groupe conseil consultatif sur l'égalité des chances en collaboration avec la commune de Charleroi : « Nous échangeons sur notre implication dans la commune. »

Enfin pour l'impact individuel, près d'une femme entrepreneuse sociale sur deux souhaite « avoir une influence directe sur la vie d'une ou plusieurs personnes. » Marleen Teugels, directrice de l'association Amazone, qui propose notamment un programme d'insertion professionnelle via un restaurant et une salle de congrès, souligne : « Ce qui est important ce n'est pas QUE la personne seule mais tout son entourage. C'est toute la famille. » Francine Feret, directrice de Cum Verbis, une société coopérative à finalité sociale qui offre des services de traduction et d'interprétariat, spécifie que sa mission sociale est « inspirée par le bonheur que procure le bien-être avec les autres. La défense des personnes plus fragilisées, notamment socialement, donne un sens plus profond à la vie. » Emilie Many nous parle de l'impact social de son entreprise : « Nous engageons des travailleurs (art. 60) qui viennent de la même situation de précarité que celles des familles qui viennent ici (au magasin social). Avec eux, nous travaillons sur la formation de gestion de budget et sur l'alimentation. Avec ce groupe qui reste pendant un an, nous pouvons vraiment faire un travail sur le long terme, et du coup, nous agissons aussi sur leur famille. »



### Genre et entreprises sociales

Une grande majorité des femmes ont estimé qu'« Être une femme a influencé la façon dont elle gère leur entreprise sociale », bien que la question de l'égalité homme-femme ne soit pas toujours une question à laquelle les femmes entrepreneuses prêtes beaucoup d'attention de prime abord. Beaucoup d'entre elles veillent, pas toujours consciemment, à ce que cet équilibre soit sauvegardé, de manière transversale lors de la gestion de leur entreprise. Hafida Bakioui constate qu' : « Au centre de bien-être, les gens discutent ensemble de problèmes sociaux, de la situation de la femme. (...) nous avons créé les conditions pour que cela puisse se faire. »

D'un point de vue personnel, « Être entrepreneuse sociale » signifie aussi

faire face à une certaine difficulté de concilier la vie privée et la vie professionnelle, vu que l'implication personnelle de ces femmes est souvent très forte. Victoria Diyakova pense que l'entrepreneuriat social implique « plus de responsabilités et plus de charges de travail. J'ai eu beaucoup de difficultés à trouver du temps pour m'occuper de ma famille. »

Certaines femmes qui expriment leurs ambitions de carrière professionnelle sont parfois confrontées à des jugements de valeur de la part de leur entourage. Emilie Many se dit très sensible à la question du genre : « J'encourage fortement les femmes autour de moi, à prendre des responsabilités, à se répartir les tâches à la maison, à travailler l'équité et la parité dans tout. » Deux tiers des femmes répondantes estiment qu'« en Belgique, les femmes ont plus d'obstacles à dépasser lorsqu'il s'agit de démarrer et développer une entreprise sociale que les hommes. »

Pour certaines, « Être une femme » a influencé leur implication dans leur gestion entrepreneuriale, de diverses manières. Stéphanie Fellen a expérimenté le côté positif et négatif de cet aspect : « une femme est sensible et a une certaine corde de communication et

d'empathie. (...) Par contre, notamment quand je me suis lancée dans ma recherche de fonds, j'ai été confrontée à de nombreux obstacles 'masculins' ». Francine Feret pense que cela n'a pas réellement influencé son implication dans l'entrepreneuriat social, elle nous dit : « j'avais dépassé cette phase de besoin d'affirmation en tant que femme. Je me considère tout naturellement l'égal de l'homme... »

### Le renforcement des capacités

Près de 90% des femmes pensent « qu'elles permettent l'autonomisation des femmes par leur entrepreneuriat social. » Pour la majorité des entreprises sociales, la notion de renforcement des capacités est centrale. Marleen Teugels y accorde beaucoup d'importance au sein de son association : « Une femme a commencé comme travailleuse dans l'équipe de nettoyage. Elle est maintenant chef en cuisine. C'est en accord avec notre vision d'empowerment. Donner les possibilités pour devenir plus forte et grandir dans sa vie professionnelle. (...) Lorsque nous faisons des entretiens d'évaluation, nous appelons cela des entretiens d'« évolution ». »

## ÉTUDE DE CAS



### Made and More

Made and More a été fondée, en 2012, sur les missions sociales suivantes : la création et le maintien d'emplois et la promotion d'une consommation juste, consciente et durable. La boutique en ligne de mode propose à ses clients des marques qui fabriquent localement en Europe, afin de réduire l'impact sur l'environnement. Elle propose des matériaux qui ont un « petit plus », comme le cuir vegan par exemple.

Dominique Bricoult nous explique que le module d'accueil des stagiaires a pour objectif la découverte des compétences : « Au début, les femmes disent souvent « je ne sais rien faire ». Ensuite elles disent « Ah mais oui ! C'est vrai, je sais faire cela ! » C'est une mise en confiance. À nous de développer cela pendant la formation pour déboucher sur l'emploi ou sur une passerelle qualification ou sur un projet qu'elles ont vraiment envie de développer. »

Stéphanie Fellen pense que ce qui lui a permis d'aller au bout de son projet de création d'entreprises, c'est d'être en contact avec d'autres jeunes entrepreneurs : « J'ai eu la chance d'être entourée par des entrepreneurs car j'ai été dans un incubateur d'entreprises pendant un an et heureusement que je les ai eus sinon je pense que j'aurais arrêté par solitude et par manque de compréhension. » Par ailleurs, une grande majorité des répondantes ont indiqué « être en contact avec d'autres entrepreneuses sociales de leur communauté et de leur pays. »

Stéphanie Fellen a créé son entreprise à 27 ans. Depuis la création de Made and More, la vie personnelle de Stéphanie a complètement changé. Son choix de carrière a créé une distanciation entre elle et son cercle d'amis. C'est une bataille constante pour la cheffe d'entreprise, elle n'aurait jamais imaginé qu'être femme entrepreneuse aurait été si difficile.

Aujourd'hui de nombreuses jeunes femmes lui disent qu'elle est un modèle de femme entrepreneuse qui les inspire et qui montre que c'est possible. Stéphanie essaye au maximum de les diriger et de les conseiller. Elle ajoute : « J'entends beaucoup de jeunes femmes me dire qu'elles veulent une belle carrière, mais que c'est un problème. Je n'entends pas cela des hommes. »