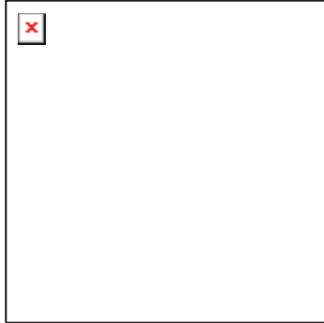


**RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE**

**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**



**ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE D'ALGER**

**THÈSE EN VUE DE L'OBTENTION DU TITRE DE  
DOCTEUR EN SCIENCES DE GESTION - OPTION : MANAGEMENT**

**LES DÉTERMINANTS DE  
L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ AU  
MAGHREB**

**Présentée par :**

**HIMRANE Mohamed**

**Directeur de Recherche :**

**Dr. BELAIDI Abdelaziz**  
Maître de Conférences "A" ESC Alger

**Composition du Jury :**

- **Pr. KECHAD Rabah, ESC Alger, Président**
- **Pr. AMOKRANE Abdelaziz, UMMTO, Examineur**
- **Pr. CHABANI Smain, HEC Alger, Examineur**
- **Dr. BELAIDI Abdelaziz, ESC Alger, Encadreur**
- **Dr. MEDAGH Mohamed Cherif, HEC Alger, Examineur**
- **Dr. BERIZIGA Amina, ESC Alger, Examinatrice**

**Année Universitaire : 2013-2017**

## ***Remerciements***

*Je remercie vivement toutes les personnes qui m'ont aidé à mener à terme la rédaction de la présente thèse. Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à mon directeur de recherche, le Docteur Abdelaziz Belaidi, maître de conférences à l'École Supérieure de Commerce d'Alger, pour son encadrement, son soutien, ses précieux conseils et corrections. Cette thèse a bénéficié des discussions et séances de travail tenues avec le Docteur Bouznit Mohammed, chargé de cours à la Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de l'Université de Bejaia. A ce titre ma dette envers lui est grande.*

## ***Dédicace***

*A nos parents pour leur contribution, leur soutien et leur patience.*

*A tous nos proches et amis, qui nous ont toujours soutenues et  
encouragées au cours de la réalisation de ce modeste travail*

## Table des matières

Table des matières	i
Liste des tableaux	iv
Liste des figures	vi
Liste des annexes	vii
Liste des abréviations	vii
<b>Introduction générale</b>	1
<b>Chapitre 1. Entrepreneuriat, et entrepreneuriat féminin</b>	10
Section 1: Un aperçu sur l'entrepreneuriat	10
1. Aux origines de l'entrepreneuriat	10
2. L'entrepreneur	17
3. L'entrepreneuriat: types et processus	24
Section 2: L'entrepreneuriat féminin	29
1. Evolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin	29
2. Les femmes entrepreneurs: leurs différences	34
3. Intérêt, obstacles et promotion de l'entrepreneuriat féminin	38
Section 3: Les femmes entrepreneurs dans les pays du Maghreb	43
1. L'entrepreneuriat féminin en Algérie	43
2. L'entrepreneuriat féminin au Maroc	49
3. L'entrepreneuriat féminin en Tunisie	54
<b>Chapitre 2. Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin</b>	59
Section 1: Approches et mesures de l'entrepreneuriat au niveau macro	59
1. Les approches des déterminants entrepreneuriaux	59
2. Les modèles macros	62
3. Les mesures de l'entrepreneuriat féminin	67
Section 2: Les déterminants de genre, économiques et sociaux-démographiques	73

1. Les déterminants de genre	73
2. Les facteurs macroéconomiques	75
3. Les facteurs démographiques et sociaux	79
Section 3: Les facteurs institutionnels, technologiques et culturels	82
1. Les facteurs politiques et technologiques	82
2. Les facteurs réglementaires	87
3. Les facteurs culturels	90
<b>Chapitre 3. Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin</b>	96
Section 1: les caractéristiques personnelles	96
1. Les facteurs sociodémographiques	97
2. Les traits de personnalité	99
3. Les motivations entrepreneuriales	101
Section 2: Les facteurs environnementaux	107
1.L'importance des facteurs environnementaux	107
2. Les politiques des pouvoirs publics	110
3. Les facteurs socio-économiques	111
4. Le savoir-faire exigé en entrepreneuriat	113
5. Les ressources financières	115
6. Les ressources non financières	117
7. Les facteurs environnementaux: l'approche GEM	118
Section 3. Les déterminants individuels des femmes entrepreneurs au Maghreb	120
1. Les facteurs micros de l'entrepreneuriat féminin dans le monde	120
2. Les caractéristique personnelles des femmes entrepreneurs au Maghreb	124
3. Les facteurs environnementaux des femmes entrepreneurs au Maghreb	128
<b>Chapitre 4. Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb :Analyses macros</b>	132
Section 1 : déterminants de genre dans le Maghreb	132
1. Les variables de genre	133
2. La méthodologie	137
3. Analyse des résultats économétriques	140

4. Discussion	144
5. Synthèse de l'analyse	149
Section 2: déterminants environnementaux de l'entrepreneuriat	149
1. Méthodologie	149
2. Analyse des résultats économétriques	152
3. Discussion	154
4. Synthèse de l'analyse	158
Section 3: Étude comparative des déterminants macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie	159
1. Comparaison macroéconomique entre les pays	159
2. Analyse comparative des données	160
3. Discussion	163
4. Synthèse de l'analyse	171
<b>Chapitre 5. Les déterminants micro de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb</b>	172
Section1: Description de l'échantillon	172
1. Données sociodémographiques	173
2. Les caractéristiques de l'échantillon selon le type d'entreprise	177
Section 2: L'analyse descriptive des données	179
1. Traits de personnalité	179
2. Motivations entrepreneuriales	181
3. Déterminants économiques	186
4. Déterminants politiques et réglementaires	189
5. Déterminants socioculturels	194
Section3: L'analyse factorielle des correspondances multiples	197
1. Résultats empiriques-Maroc	198
2. Résultats empiriques -Tunisie	204
3. Résultats empiriques -Algérie	209
<b>Conclusion générale</b>	217
<b>Bibliographie</b>	223
<b>Annexes</b>	240

## Liste des tableaux

N°	Titre	Page
1	les différentes visions d'entrepreneuriat	14
2	les types d'entrepreneurs	19
3	les courants de recherche en entrepreneuriat	21
4	caractéristiques et comportements de l'entrepreneur et du manager	23
5	les différences de comportements entre l'entrepreneur et l'administrateur	23
6	part des femmes entrepreneurs dans la force de travail au monde(TEA femmes)	35
7	female /Male TEA Ratio (2015)	38
8	projets financés pour les femmes dans le cadre de l'ANSEJ	49
9	Le nombre de nouvelles entreprises enregistrées en Tunisie.	58
10	un cadre d'entrepreneuriat au niveau macro	65
11	les principaux indices d'entrepreneuriat	68
12	l'influence Institutionnelle sur l'entrepreneuriat féminin	87
13	catégories des raisons entrepreneuriales	103
14	le modèle d'environnement entrepreneurial proposé	109
15	les neuf conditions-cadres de l'Entrepreneuriat (CCE)	119
16	situation économiques et d'affaires au Maghreb	130
17	résultats d'estimation économétrique	143
18	résultats d'estimation économétrique	153
19	les divergences en termes de conditions macroéconomiques et d'affaires	159
20	indicateurs de statistique descriptive pour l'Algérie, le Maroc, et la Tunisie	161
21	la matrice de corrélation	162
22	caractéristiques de l'échantillon selon le statut juridique	177
23	caractéristiques de l'échantillon selon l'activité de l'entreprise	178
24	résultat de l'aversion de risque	180

25	résultat de locus de contrôle	180
26	résultat du réseau social	181
27	résultat de développement d'une nouvelle idée	182
28	résultat de jouissance d'une pleine liberté vis-à-vis du travail	183
29	résultat de saisie d'une opportunité	183
30	résultat de gagner d'argent	184
31	résultat de la reconnaissance sociale	185
32	résultat d'altruisme communautaire	185
33	résultat de crainte du chômage	186
34	descriptif des données exploitées-Maroc	198
35	valeurs propres et pourcentages d'inertie-Maroc	200
36	les valeurs test-Maroc	200
37	données descriptives-Tunisie	204
38	valeurs propres et pourcentages d'inertie-Tunisie	205
39	valeurs test-Tunisie	206
40	données descriptives-Algérie	209
41	valeurs propres et pourcentages d'inertie-Algérie	211
42	valeurs test-Algérie	211

## Liste des figures

N°	Titre	Page
1	Les moyennes des variables	140
2	Les écarts types des variables	141
3	Répartition par âge de création	174
4	Répartition par niveau intellectuel	174
5	Répartition par situation matrimoniale	175
6	Répartition par l'activité exercée avant la création	176
7	Les caractéristiques de l'échantillon selon l'année de création	179
8	Disponibilité des institutions financières à financer les petites entreprises	187
9	La faible concurrence dans le type d'activité	188
10	résultats des déterminants économiques au niveau micro	188
11	la disponibilité de l'information de création d'entreprises	190
12	résultats des procédures requises pour la création d'entreprise	191
13	résultats des incitations fiscales	191
14	Résultats des déterminants réglementaire au niveau micro	192
15	résultat de lancement d'une entreprise est un choix de carrière désirable	194
16	résultat de contribution des medias au développement de la culture entrepreneuriale	195
17	analyse des déterminants socioculturels au niveau micro	196
18	symétrique des variables-Maroc	201
19	symétrique des variables et observations-Maroc	203
20	symétrique des variables-Tunisie	207
21	asymétrique des variables et observations-Tunisie	208
22	symétrique des variables-Algérie	212
23	asymétrique des variables et observations-Algérie	213

## Liste des annexes

Annexes	Page
Tableau 1: descriptions et sources de données	240
Tableau 2: Statistiques descriptives	241
Tableau 3: Questionnaire	243

## Liste des abréviations

ATE	Activité Totale de l'Entrepreneuriat
BIRD	Banque Internationale pour la Reconstruction et le Développement
BIT	Bureau International du Travail
BM	Banque Mondiale
CJD	Centre des Jeunes Dirigeants
CRI	Centres Régionaux d'Investissement
FMI	Fonds Monétaire International
GTZ	Agence allemande pour la coopération technique
GEM	Global Entrepreneurship Monitor (Organisation dédiée au suivi de l'évolution de l'entrepreneuriat à travers le monde)
IDE	Investissement Direct Étranger
INS	Institut National des Statistiques
MENA	<i>Middle East North Africa</i> (Moyen Orient et Afrique du Nord)
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economiques
OIT	Organisation Internationale de Travail
OFPPT	Opérateurs Nationaux de Formation Professionnelle (Maroc)
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OMPIC	Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (Maroc)
ONU	Organisation des Nations Unies
ONS	Office National des Statistiques
PIB	Produit Intérieur Brut

PME	Petites et Moyennes Entreprises
PVD	Pays en Voie de Développement
R&D	Recherche et Développement
TEA	Activité entrepreneuriale à un stade précoce
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
UE	Union Européenne
USD	<i>United States Dollar</i> (dollar américain)
WDI	<i>World Development Indicators</i>
WEF	<i>World Economic Forum</i> (Forum Économique Mondiale - Davos)
(WED)	Women's Entrepreneurship Development

# **Introduction Générale**

### Introduction Générale

#### Contexte de la recherche

L'entrepreneuriat a toujours occupé une place de choix dans la littérature en raison de son importance pour le développement et le renouvellement du tissu économique. Sa promotion est devenue un vecteur fondamental dans toutes les politiques de développement économique.

En parallèle, nous assistons ces dernières décennies au développement d'un entrepreneuriat de type féminin dont l'évolution a été accentuée par les changements au niveau des caractéristiques propres aux femmes: la baisse des taux de fécondité, les progrès des femmes en matière d'éducation, le développement économique des femmes et la baisse des inégalités liées au sexe.

En fait, les entreprises appartenant aux femmes suscitent de plus en plus un engouement grandissant, justifié en partie par l'évolution de leur rôle dans le développement économique (Naudé, 2010), plus particulièrement dans la lutte contre le chômage et la création de richesses. Force est de constater que ces entreprises sont bien développées dans les pays développés, contrairement aux pays en voie de développement, à l'instar des pays du Maghreb<sup>(1)</sup>, où elles n'arrivent pas encore à s'imposer.

En gros, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène universel qui est très souvent influencé par plusieurs déterminants tant au niveau micro qu'au niveau macro. Les spécialistes soutiennent l'idée que les nouvelles entreprises peuvent être créées partout dans le monde, mais avec des différences entre les pays.

Étant donnée que l'entrepreneuriat est un élément déclencheur de la croissance et de la diversification économique, les trois pays du Maghreb: l'Algérie, le Maroc et la Tunisie semblent démontrer un grand intérêt au regard de la promotion des entreprises y compris celles appartenant aux femmes, qui sont susceptibles d'être prometteuses pour le développement économique et social dont la région a véritablement besoin (la création d'emplois, de revenus et de richesses). Tous ces pays ont mis en place des réformes et des programmes d'aide à la création d'entreprises qui ont permis aux femmes de créer des projets,

---

<sup>1</sup> Tout au long de cette étude, le Maghreb désigne l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, sans la Libye et la Mauritanie.

## Introduction Générale

---

au même titre que les hommes. À titre d'exemple, en Algérie, les jeunes femmes bénéficient encore de ressources financières considérables <sup>(2)</sup> sans aucune discrimination.

Bien que le cadre juridique soit non discriminant et le niveau d'éducation des jeunes filles soit élevé, les taux d'activité entrepreneuriale des femmes dans ces pays demeurent très en retard par rapport au reste du monde en matière de l'activité entrepreneuriale féminine. D'après les chiffres des structures d'immatriculation d'entreprises <sup>(3)</sup>, les femmes marocaines ont créé moins de 12 % des entreprises à la fin de l'année 2009, et les femmes gérantes algériennes ont enregistré moins de 6% des sociétés à la fin de l'année 2014. Les femmes possèdent et gèrent entre 31 % et 38 % des entreprises au niveau mondial, alors qu'une enquête réalisée par la Banque Mondiale entre la période 2003-2010 montre qu'elles ne représentent que 15 % des entreprises dans la région MENA (Cawtar, 2015).

Si les femmes sont importantes pour l'entrepreneuriat et l'économie, il est particulièrement essentiel d'explorer les facteurs qui les encouragent ou les démotivent à lancer de nouvelles entreprises dans la région du Maghreb, où les taux de participation à la main-d'œuvre féminine sont les plus bas du monde. À ce titre, l'entrepreneuriat peut offrir certainement de nouvelles opportunités et de revenus pour les femmes (Hassine, 2016).

Pour étudier les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneurs au niveau micro (individuel), plusieurs variables objectivement mesurables telles que les variables démographiques ont été utilisées dans la littérature (Minniti, 2009) dont leur choix est souvent motivé par la disponibilité des données. D'autre part, les individus doivent recourir très souvent à leurs propres perceptions subjectives sur l'entrepreneuriat pour prendre des décisions professionnelles. Selon Audet (2001), les recherches se sont articulées essentiellement sur trois thèmes: le besoin d'accomplissement du créateur d'entreprise (McClelland, 1961), le locus de control interne (Hanzmark, 1998) et la prise de risque (Belley, 1990).

Au niveau macro (national), les facteurs environnementaux jouent un rôle central dans la décision de lancer et de forger des intentions entrepreneuriales. En effet, compte tenu des caractéristiques de l'environnement dans lequel les individus évoluent que des décisions

---

<sup>2</sup> Par exemple dans le cadre de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), de la Caisse Nationale D'assurance Chômage (CNAC) et de l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM).

<sup>3</sup> Au Maroc : le rapport annuel 2009 de l'office marocain de la propriété industrielle et commerciale. En Algérie: le bulletin du Centre national du Registre du Commerce : le registre de commerce : indicateurs et statistiques, la conférence nationale sur le commerce extérieur, 30 et 31 Mars 2015, Palais des Nations, Alger.

## **Introduction Générale**

---

entrepreneuriales sont toujours prises. À cet effet, une liste de déterminants entrepreneuriaux a été proposée par Verheul et al, (2006). Il s'agit de distinguer entre : les *facteurs économiques* ; les *facteurs démographiques* ; les *facteurs institutionnels* ; les *facteurs de développement technologique* et les *facteurs culturels*.

### **Problématique de notre recherche**

Selon notre investigation, il n'y pas eu d'études au niveau macro dans le Maghreb qui traitent les déterminants de l'entrepreneuriat féminin, ni d'études comparatives (au niveau macro ou micro) qui traitent les déterminants de l'entrepreneuriat dans cette région. D'où la nécessité de la problématique suivante :

***Quels sont les déterminants qui favorisent ou freinent la création de nouvelles entreprises dirigées par les femmes dans la région du Maghreb? Est-ce qu'ils sont différemment perçus par ces pays: Algérie, Maroc et Tunisie?***

De cette problématique découle la série d'interrogations suivantes :

- En quoi consiste la notion d'entrepreneuriat et d'entrepreneuriat féminin?
- Quels sont les principaux déterminants de développement de l'entrepreneuriat féminin au niveau macro?
- Quels sont les principaux déterminants de développement de l'entrepreneuriat féminin au niveau micro?
- Quels sont les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb?
- Quels sont les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb?
- Quelles sont les différences et les similitudes en matière des déterminants micros et macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie?

### **Hypothèses de la recherche**

Nous formulons les hypothèses suivantes :

**Hypothèse n°1:** *Les déterminants de genre influencent positivement l'entrepreneuriat féminin dans le Maghreb.*

## **Introduction Générale**

---

**Hypothèse n°2:** *Les déterminants économiques dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays.*

**Hypothèse n°3:** *Les déterminants réglementaires et politiques dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays.*

**Hypothèse n°4:** *Les déterminants socioculturels dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays.*

**Hypothèse n°5:** *Les déterminants technologiques dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays.*

**Hypothèse n°6:** *Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneurs au Maghreb influencent leur création d'entreprises différemment entre les pays.*

### **Justification de la recherche**

Le choix de ce thème est motivé par deux considérations majeures :

- Aider le décideur public au Maghreb à adopter des politiques à l'égard de l'entrepreneuriat féminin. En effet, la problématique qui se pose dans cette région consiste à identifier les conditions requises pour le développement des entreprises appartenant aux femmes (les déterminants économiques, les déterminants réglementaires, les motivations entrepreneuriales des femmes, etc) pour améliorer l'attractivité des femmes à l'entrepreneuriat.
- C'est aussi à cause du peu d'intérêt accordé aux études sur l'entrepreneuriat féminin dans les pays du Maghreb en général, et à la question des déterminants entrepreneuriaux en particulier, et parce que cette partie du monde est très modestement présentée dans les enquêtes annuelles de GEM<sup>4</sup>, que nous avons sélectionné notre thème.

Notre travail vise en premier lieu à déterminer les facteurs macros qui expliquent la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans les pays du Maghreb: une détermination des facteurs de genre (*la scolarité des femmes, la fécondité, la participation des femmes à la force de travail et l'autonomisation des femmes*), et une détermination des facteurs environnementaux (*déterminants économiques, institutionnels, et technologiques*). En second lieu, l'étude vise à définir les déterminants micros (*traits de personnalité, motivations*

---

<sup>4</sup> General Entrepreneurship Monitor

## Introduction Générale

---

*individuelles, facteurs socioculturels, etc.)* qui expliquent la création des entreprises dirigées par les femmes.

### Démarche méthodologique

Notre démarche méthodologique est à la fois théorique et empirique. Les fondements théoriques auxquels nous avons recourus sont issus des théories de l'entrepreneuriat. Il s'agit principalement des enquêtes de General Entrepreneurship Monitor (GEM), et de la théorie de Minniti (2009). Par ailleurs, les fondements empiriques auxquels nous avons recourus sont le cadre théorique de Kobaissi (2010) et le modèle de Verheul al, (2006) pour les analyses macros ainsi que les modèles de Gnyawali et Fogel (1994) et de Scheinberg et MacMillan (1988) pour les analyses micros.

L'intérêt des analyses que nous allons mener réside dans le fait qu'elles intègrent les deux dimensions de l'entrepreneuriat féminin : la *dimension individuelle* et la *dimension nationale*. Le but est donc de fournir une lecture plus globale. À ce stade, les différents facteurs (micros ou macros) peuvent influencer les femmes entrepreneurs de façon positive ou négative.

Notre revue de littérature révèle que la question des déterminants de l'entrepreneuriat a été dominée par les travaux au niveau du domaine micro. À ce stade, les déterminants de l'entrepreneuriat au niveau du domaine macro reste très rare notamment ceux liés aux femmes entrepreneurs. D'autre part, il convient de tenir compte de la méthode à appliquer pour mesurer l'activité entrepreneuriale des femmes au niveau macro, soit le nombre d'entrepreneurs féminins parmi la force de travail (la méthode absolue), soit la part des femmes dans l'activité entrepreneuriale (la méthode relative).

### Études précédentes

Dans leur étude "*Perceptual variables and nascent entrepreneurship*", Arenius et Minniti (2005) ont proposé trois groupes associés aux facteurs liés à la décision entrepreneuriale au niveau individuel: les *facteurs démographiques et économiques*, les *facteurs perceptuels*, et les *facteurs socio-environnementaux*. Les facteurs démographiques et économiques incluent des variables objectivement mesurables telles que *l'âge*, le *niveau d'éducation* et le *statut au travail*. Les facteurs perceptuels comprennent les variables subjectives et éventuellement biaisées telles que la *perception de l'opportunité*, la *peur de l'échec*, *l'auto-efficacité*, et *le locus de control*. Finalement, les facteurs socio-

## Introduction Générale

---

environnementaux incluent des variables telles que les *réseaux*, les *entrepreneurs modèles*, et le *capital social*.

Dans un travail intitulé "Gender Issues in Entrepreneurship", Maria Minniti (2009) fournit un examen complet et à jour de la littérature sur les femmes entrepreneurs et leurs entreprises. Elle présente les déterminants du comportement entrepreneurial au niveau individuel et les déterminants macros susceptibles d'influencer le lancement des entreprises. Par conséquent, elle sépare entre les déterminants micros et les déterminants macros qui influent sur la création des entreprises appartenant aux femmes.

De leur part, Gnyawali et Fogel, (1994) ont proposé un modèle dans une étude intitulée "*Environments for entrepreneurship development*" qui avait pour finalité d'aider les chercheurs dans leurs analyses micros, autrement dit, un modèle qui servirait à mener des recherches auprès des individus (entrepreneurs ou non entrepreneurs). Les deux chercheurs définissent l'environnement entrepreneurial comme étant une combinaison de facteurs qui jouent un rôle de développement entrepreneurial. Premièrement, cet environnement se réfère à l'ensemble des facteurs économiques, socioculturels et politiques qui influencent la volonté et la capacité des individus à entreprendre. Deuxièmement, il renvoie à la disponibilité des services d'assistance et de soutien qui facilitent le processus de démarrage. En clair, Gnyawali et Fogel (1994) exposent cinq catégories : *les politiques des pouvoirs publics* ; *les facteurs socio-économiques* ; *le savoir-faire existant en matière d'entrepreneuriat* ; *les ressources financières* et *les moyens non financiers*. De plus, ils ne nient pas le rôle des caractéristiques personnelles des entrepreneurs, mais ils affirment que l'environnement est plus intéressant que les caractéristiques personnelles pour comprendre le phénomène de création des entreprises.

Dans une autre étude dirigée dans onze (11) pays par Scheinberg et MacMillan (1988), intitulée « *An 11 country study of motivations to start a business* », un modèle a été développé après l'examen d'un questionnaire distribué auprès de 1402 dirigeants et dirigeantes d'entreprises. Ce modèle n'est pas celui des traits psychologiques associés à la création d'entreprises, mais il examine 38 variables regroupées dans six familles de motivations : le *besoin de reconnaissance*, la *richesse*, le *degré de communautarisme*, le *besoin de développement personnel*, le *besoin d'indépendance* et le *besoin d'évasion*. Selon leurs résultats dans 11 pays, les entrepreneurs aux Etats-Unis et en Australie sont très motivés par le besoin d'indépendance. En revanche, les entrepreneurs italiens et chinois sont fortement motivés par le communautarisme.

## Introduction Générale

---

Au niveau macro, les facteurs environnementaux jouent un rôle central dans la décision de lancer et de forger les intentions des entrepreneurs à développer des entreprises. Verheul et al, (2006) proposent dans leur étude "*Explaining female and male entrepreneurship at the country level*" une liste de déterminants entrepreneuriaux en distinguant entre : les *facteurs économiques* ; les *facteurs démographiques* ; les *facteurs institutionnels* ; les *facteurs de développement technologique* et les *facteurs culturels*. À l'aide des données du Global Entrepreneurship Monitor pour 29 pays, cette étude examine l'impact de plusieurs facteurs sur l'entrepreneuriat féminin et masculin dans un niveau macro. Les facteurs découlent de trois courants dans la littérature, dont celui de l'entrepreneuriat en général, de la participation des femmes à la force de travail, et de l'entrepreneuriat féminin. L'article de Verheul et al, (2006) traite des aspects méthodologiques en distinguant deux mesures de l'entrepreneuriat féminin en tant qu'une part de la force de travail féminin et en tant qu'une part du total des entrepreneurs. Les résultats font ressortir que dans l'ensemble les taux d'activité entrepreneuriale féminine et masculine sont influencés par les mêmes facteurs et dans la même direction. Toutefois, pour certains facteurs (par exemple le chômage et la satisfaction de vie), il est constaté un impact différentiel sur l'entrepreneuriat féminin et masculin. D'autre part, les auteurs emploient deux facteurs qui sont relatifs au genre: le programme de congé de maternité et le facteur de participation des femmes à la force de travail. Les deux facteurs s'avèrent influencer le taux d'activité entrepreneuriale des femmes.

En outre, dans une perspective "genrée", Kobeissi (2010), dans son travail "*Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications*" examine l'impact des variables de genre sur le niveau d'activité entrepreneuriale des femmes dans 44 pays entre 1999-2004. Parmi cinq variables ciblées, l'auteur conclut que le niveau d'instruction féminine, l'étendue des activités économiques des femmes, le ratio des gains des femmes et le taux de fécondité sont statistiquement significatives dans toutes les estimations des deux variables dépendantes.

Par rapport à notre travail, l'apport majeur de notre thèse réside dans le fait qu'elle couvre une période récente (1998-2014), qu'elle porte sur trois pays ainsi qu'elle combine deux études (macro et micro). Notre étude est la première qui couvre le sujet des déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans les pays du Maghreb au niveau macro. Cependant, les travaux académiques qui ont abordé la thématique d'entrepreneuriat féminin dans cette région au niveau macro sont rares et pour la plupart sont basées sur une approche descriptive (Benhabib, 2014).

### Plan de la thèse

Le plan adopté pour la rédaction de la présente thèse est constitué de cinq chapitres. Les trois premiers chapitres sont à caractère théorique tandis que les deux derniers sont à caractère empirique. Le premier chapitre vise à alimenter en concepts fondamentaux notre recherche sur l'entrepreneuriat féminin. Pour comprendre l'essence de ce phénomène contemporain, nous avons préféré décrire l'évolution de l'entrepreneuriat, de définir et d'exposer les concepts, les types et les formes liés au phénomène entrepreneurial. En outre, nous passons en revue les progrès du domaine de la recherche en entrepreneuriat féminin dans le monde, et exposons les difficultés auxquelles sont confrontés les femmes entrepreneurs et leurs perspectives. En plus, nous exposons l'état des lieux des entreprises créées par les femmes dans les trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Nous nous référons tout au long de notre thèse à l'enquête GEM dont le taux global de l'activité entrepreneuriale émergente prend en compte les entreprises naissantes et les nouvelles entreprises.

L'objet du deuxième chapitre est de présenter les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin. Ce chapitre introduit d'une manière assez détaillée les déterminants macros cités dans la littérature: les déterminants de genre et les déterminants environnementaux susceptibles d'influencer la création des entreprises, et plus particulièrement celles appartenant aux femmes.

Le troisième chapitre quant à lui, présente une revue de littérature succincte des retombées des déterminants micros. Il ressort que la contribution des études micros ont dominé les études sur l'entrepreneuriat féminin. En outre, nous traitons des déterminants micros au niveau de la région Maghrébine: l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

Le quatrième chapitre présente trois analyses économétriques des déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb dans le domaine macro. La première qui analyse les déterminants de genre se fonde essentiellement sur la théorie de Kobaiissi (2010) et met en lumière six variables liées au genre affectant la création d'entreprises par les femmes. La deuxième examine des déterminants environnementaux qui affectent la création des entreprises féminine dans la région du Maghreb. Enfin, la troisième se veut différente dans le sens où elle identifie les différences et les similarités entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie en matière des déterminants environnementaux. Ces deux dernières analyses économétriques se fondent sur les travaux empiriques de Verheul et al (2006).

## **Introduction Générale**

---

Le cinquième chapitre présente une analyse de l'impact des déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans le domaine micro au Maghreb. Cette étude vise à déterminer dans quelle mesure les femmes entrepreneurs dans trois pays du Maghreb perçoivent les déterminants de création d'entreprises de façon similaire et différente. Pour ce faire, notre étude a pour but d'examiner les caractéristiques individuelles (facteurs démographiques, traits de personnalité, motivations) de la femme entrepreneur, et les facteurs environnementaux (économiques, réglementaires et socioculturels). Un questionnaire a été distribué auprès des femmes entrepreneurs des trois pays.

## **CHAPITRE 1**

### **L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin**

### **Introduction du chapitre**

Une nation ne peut aspirer à être développée sans s'approprier d'une économie solide et une croissance économique durable. À ce stade, le développement de l'entrepreneuriat a un rôle significatif à jouer. Ce rôle est clairement visible et possible à travers l'effort et l'engagement de toute la composante démographique dans le pays (hommes et femmes). D'où, l'intérêt croissant pour la population des femmes chefs d'entreprises par les différents pays. En fait, le niveau d'entrepreneuriat féminin a évolué de façon remarquable dans le monde, mais il a du mal à émerger dans notre région maghrébine.

À ce titre, le premier chapitre vise à alimenter en concepts fondamentaux notre recherche sur l'entrepreneuriat féminin. Pour comprendre l'essence de ce phénomène contemporain, nous avons préféré décrire l'évolution de l'entrepreneuriat, de définir et d'exposer les concepts, les types et les formes liées au phénomène entrepreneurial. En outre, nous passons en revue le développement du domaine de la recherche en entrepreneuriat féminin dans le monde et exposons les difficultés auxquelles sont confrontées les femmes entrepreneurs et leurs perspectives. En plus, nous exposons l'état des lieux des entreprises créées par les femmes dans les trois pays: l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

### **Section 1 : Un aperçu sur l'entrepreneuriat**

Nous allons discuter dans cette section les origines de l'entrepreneuriat, l'évolution de l'entrepreneur et les types et processus entrepreneuriaux.

#### **1. Aux origines de l'entrepreneuriat**

Il s'agit d'aborder les points suivant: les racines de l'entrepreneuriat, ses définitions et sa place dans le développement économique des nations.

##### **1.1. Les racines de l'entrepreneuriat**

###### **1.1.1. L'entrepreneuriat dans le contexte économique**

Les économistes ont le privilège d'être les premiers qui ont adopté le concept de l'entrepreneuriat avec un sens plus scientifique. En effet, l'entrepreneuriat a apparu dans les sciences économiques à travers les écrits de Richard Cantillon (1680-1734) qui publia en 1755 *Essai Sur la Nature du Commerce en Général* (Landström, 2005, p:28). L'une des caractéristiques d'analyse de base de Cantillon était l'introduction du concept de risque. Ainsi,

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

il distingua entre le capitaliste (détenteur de capitaux) et l'entrepreneur (preneur de risque). D'après lui, l'entrepreneur est une personne qui prend le risque d'acheter à des prix certains et revendre à des prix incertains (Rocca et al, 2004).

Au milieu du 18e siècle, un autre économiste, "Adam Smith", développa la théorie économique classique. Il croyait que le capitaliste était l'acteur central de l'analyse économique. Probablement, c'est pour cette raison qu'il n'a pas séparé entre le capitaliste et l'entrepreneur, ni examiné la nature de la fonction de l'entrepreneur dans l'économie.

En fait, c'est grâce à l'économiste Jean Baptiste Say (1767-1832) qu'un véritable changement dans la nouvelle tendance de l'entrepreneuriat avait été initié. Dans ses deux travaux : *Traité d'économie politique* (1803/1964) et *Cours complet d'économie politique pratique* (1828), il définit l'entrepreneuriat comme étant une combinaison de facteurs de production et développe une analyse pour la fonction de l'entrepreneuriat dans l'économie. À cet égard, il considère l'entrepreneur comme étant "un courtier" qui organise et combine des moyens de production pour le seul but de produire des marchandises (Landström, 2005, p:29).

### 1.1.2. Du macro au microéconomie

La fin du 19e siècle fut l'ère du passage de la macro vers la microéconomie. Cette nouvelle période était dominée par la théorie de l'équilibre dont les individus étaient perçus soit des producteurs, soit des consommateurs. À cette époque, comme la recherche de l'équilibre fut devenue l'épicentre de l'analyse économique, les études associées aux entrepreneurs reléguèrent au second plan.

Force est de constater que la participation des chercheurs autrichiens et allemands dans cette période de temps était remarquable. À titre d'exemple, selon l'Allemand Von Thünen (1783-1850), il existe une différence entre l'entrepreneuriat et le management. De ce fait, il considère l'entrepreneur comme étant à la fois un preneur de risque et un novateur. Quant à l'Autrichien Menger (1840-1921), il perçoit l'entrepreneur comme un individu qui transforme des biens en consacrant son temps, et en prenant le risque dans la chaîne de production (Landström, 2005, p:30).

### 1.1.3. De l'Europe vers les USA

Avec la fin du 19<sup>e</sup> siècle, la discussion Européenne sur l'entrepreneuriat trouve déjà sa place aux USA où des économistes américains rejoignent en force le débat sur l'entrepreneuriat. L'un des plus connus était incontestablement Frank Knight (1885-1972). Dans sa thèse : *le risque, l'incertitude et le profit* (1916, révisé 1921), il montra la distinction entre trois types d'incertitude. Premièrement, *le risque* peut exister quand les résultats sont incertains, mais associés à des degrés de probabilité. Deuxièmement, *l'incertitude* émerge quand les probabilités attribuées aux résultats futurs sont impossibles à calculer. Enfin, *la pleine incertitude* se manifeste quand le futur est inconnu et associé à l'absence totale des distributions de résultats (Sarasvathy et al., 2003). Knight explique que l'entrepreneur est caractérisé par la dernière incertitude en l'occurrence, la pleine incertitude.

Corbetta et al, (2004) reportent qu'il y avait 1 600 écoles assurant plus de 2 200 cours en entrepreneuriat, aux USA, en 1999, et notent que le premier cours sur l'entrepreneuriat avait été dispensé en 1947, spécifiquement il était présenté aux étudiants de la prestigieuse École de Commerce d'Harvard.

### 1.1.4. Le père de l'entrepreneuriat: Schumpeter

Un personnage remarquable dans l'histoire de l'entrepreneuriat est Joseph A. Schumpeter (1883-1950). Il est considéré comme le père de l'entrepreneuriat parce qu'il a fait de l'entrepreneur une figure centrale dans la théorie économique. En tant que sociologue et économiste pour certains, Schumpeter redonne les lettres de noblesse à la théorie économique de l'entrepreneur qui se veut une antithèse à la théorie d'équilibre développée et promue par Léon Walras (1834-1910). Ainsi, Schumpeter diffère des économistes classiques et néo-classiques qui avaient tendance à assimiler la rationalité utilitaire au capitalisme (Martinelli, 2004).

### 1.1.5. De la science économique à la science comportementale

Au début de la seconde moitié du dernier siècle, il semble que l'entrepreneuriat était plus au moins oublié dans les modèles économiques. À cet effet, les chercheurs tentaient d'expliquer ce recule, mais ils finirent par revoir les moyens de développement du domaine de l'entrepreneuriat. Ainsi, les habilités entrepreneuriales avaient été perçues jusqu'aux années 50s comme étant des facteurs vitaux pour le développement économique, mais après cette

période, le centre d'intérêt devint l'encouragement des individus à la création de leurs propres entreprises dans le cadre de stratégie de développement économique (Landström H. 2005,39).

C'était dans cet esprit qu'il y avait une intention de chercher le profit idéal qui correspond aux entrepreneurs qui réussissent afin de les rendre des modèles à suivre. Ces profils seraient des références facilitant l'identification des individus possédants des qualités similaires en vue de les soutenir et de développer chez eux des traits idéaux dans l'espoir de les rendre des entrepreneurs potentiels.

Toutefois, les économistes avaient contribué insuffisamment à l'identification et le développement des caractéristiques et des habiletés propres aux entrepreneurs. En fait, ce sont plutôt les chercheurs en sciences comportementales, et plus précisément, les psychologues qui allaient assumer la lourde charge de la continuation de l'évolution théorique de cette discipline. À vrai dire, ils ont envahi après la Seconde Guerre mondiale ce domaine de recherche. Leur point de départ était de savoir pourquoi certains individus créaient des entreprises et d'autres ne le faisaient pas, et d'explorer le comportement et la nature de l'entrepreneur (Stevenson et Jarillo, 1990).

L'entrepreneuriat a également intéressé d'autres branches des sciences sociales telles que la sociologie et l'anthropologie sociale, mais cet intérêt était relativement marginal et l'entrepreneuriat n'a jamais pu être constitué comme thème dominant à l'intérieur de ces disciplines.

La contribution de la sociologie à l'entrepreneuriat a pour objet de savoir comment une société influence la tendance à l'entrepreneuriat. Ses premiers raisonnements remontent aux travaux de Max Weber (1864-1920). D'après ce sociologue, l'entrepreneuriat porte beaucoup plus sur l'orientation des entreprises visant à répondre aux opportunités de l'économie de marché plutôt que sur les opérations économiques d'un seul individu. Dans son travail *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (1904/1970), il place une relation positive entre la religion, particulièrement l'éthique protestante, et le phénomène de l'entrepreneuriat.

### 1.2. Définitions de l'entrepreneuriat

L'un des problèmes rencontrés dans la recherche entrepreneuriale est la difficulté de définir le concept de l'entrepreneuriat. Selon Shane et Venkataraman (2000), "le frein majeur de l'élaboration d'un cadre conceptuel pour le domaine de l'entrepreneuriat demeure vraisemblablement sa définition".

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

Il y a deux courants d'intérêt en entrepreneuriat qui peuvent être discernés par les chercheurs: l'émergence de nouvelles organisations et l'émergence d'opportunité. Un grand défenseur du premier courant est Gartner (1993) qui explique dans son modèle " *le cycle de vie*" que le processus entrepreneurial commence par "une phase d'initiation" où l'entrepreneur prend la décision de démarrer son entreprise, et finit par "une phase d'établissement" où l'entrepreneur obtient des ressources externes et crée une niche. L'illustration de ce courant de recherche existe dans deux projets de recherche internationale: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) et Entrepreneurship Research Consortium (ERC).

Par ailleurs, des défenseurs du deuxième courant sont Venkataraman et Shane. Venkataraman (1997, p.120) argumente que l'entrepreneuriat tend à expliquer comment les opportunités sont créées, découvertes, et exploitées. À ce titre, l'entrepreneuriat n'est pas une caractéristique fixe qui distingue les uns des autres, mais plutôt une tendance de certaines personnes à répondre à des signaux d'opportunités. Shane et Venkataraman suggèrent qu'une vision correcte et équilibrée de l'entrepreneuriat doit se fonder sur la supposition d'une information parfaite. À l'opposée, l'information imparfaite traduit des perceptions divergentes chez les individus. Les sources d'hétérogénéité chez les individus comprennent différents accès aux informations, des habilités cognitives diverses, des différences psychologiques et différences d'accès aux capitaux.

Enfin, le cadre d'analyse de l'émergence d'opportunités est plus vaste que celui de l'émergence de nouvelles organisations.

Le tableau 1 renseigne sur les conceptualisations modernes qui ont suscité beaucoup d'intérêt.

**Tableau (1): les différentes visions de l'entrepreneuriat**

Les auteurs	Définitions de l'entrepreneuriat.	Le rôle de la recherche entrepreneuriale.
Gartner (1988).	"la création de nouvelles organisations" (p.18).	répondre à la question suivante: comment les organisations existent-elles? (p.26).
Low et MacMillan (1988).	"la création de nouvelles entreprises" (p.141).	"expliquer et faciliter le rôle des nouvelles créations pour la contribution au progrès économique"(p.141) .
Stevenson et Jarillo (1990); Stevenson et Gumpert(1985); Stevenson et Sahlman(1986).	" un processus par lequel des individus suivent des opportunités sans tenir compte de ressources"(p.23).	étudier le processus de suivie d'opportunité d'une perspective comportementale.
Venkataraman(1997), Shane	"la découverte et l'exploitation des	"comprendre comment et par qui les

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

et Venkataraman(2000).	opportunités rentables pour la richesse privée et par conséquent pour la richesse sociale "(p.132).	opportunités sont créées, découvertes, et exploitées".
------------------------	---	--

Source: Hitt et al, (2002, p332)

Ces conceptualisations ne font pas référence à la taille des entreprises, ni aux entreprises gérées par plusieurs associés. Également, Gartner, auteur en management, a déplacé le centre de la recherche entrepreneuriale qui fut le profit et les traits de personnalités des entrepreneurs vers les manières de création des entreprises. À ce titre, Hitt et al, (2002, p333) soulignent que la raison de l'emploi du concept *nouvelles entreprises* revient au focus des entrepreneurs sur la création de nouvelles activités économiques.

D'autre part, Low et Mac Millan (1988) témoignent l'inexistence d'un entrepreneur typique, ainsi, ils assurent que les tentatives d'attribuer à l'entrepreneur un profil propre devraient assurément échouer, car les entrepreneurs sont, par définition, des personnes atypiques (Low, 2009), toutefois, Low et Mac Millan (1988) et Gartner (1988) partagent l'idée selon laquelle la recherche entrepreneuriale doit porter beaucoup plus sur le processus entrepreneurial dans son évolution plutôt que sur des domaines moins importants.

En d'autres termes, malgré le fait que Stevenson et ses collaborateurs mettent l'accent sur l'entrepreneuriat au sein des organisations existantes, ils ont partagé l'idée de Gartner (1988): la recherche en entrepreneuriat devrait se concentrer sur le comportement entrepreneurial. L'un des collaborateurs était Venkataraman (1997) qui avait une vision extrêmement influencée par l'approche économique, d'où l'argument principal de leur courant (l'émergence des opportunités) qui porte sur la recherche des opportunités d'affaires, en particulier les opportunités de nouvelles activités économiques, distinctement des ressources.

Aujourd'hui, la recherche en entrepreneuriat est riche en pratique mais pauvre en théorie. Les chercheurs en entrepreneuriat ont contribué autant par des recherches empiriques. Par contre, le cadre théorique a du mal à émerger. Cette situation de l'état de recherche peut donner cohérence et ordre, mais il n'aurait jamais de progrès sans théorie.

En synthèse, l'entrepreneuriat est l'acte de création d'entreprises qui est le résultat de mise en valeur d'opportunité d'affaires, ayant pour objet la production de valeur pour l'entrepreneur, l'entreprise, et l'Etat.

### 1.3. La place de l'entrepreneuriat dans le développement économique

La création d'entreprises est synonyme de l'émergence de nouveaux produits et de la satisfaction de divers besoins de consommation et d'investissement. À ce titre, la richesse dégagée à partir des activités économiques a pour effet d'augmenter le stock de dépenses sur les biens d'investissement et la création de nouvelles entités. Dans le même ordre d'idée, le processus de réinvestissement de ressources est vital pour la création de nouvelles richesses ainsi que pour la dynamique de la demande nationale. Selon la US Small Business Administration, il y a 22,9 millions d'entreprises aux États-Unis, en 2002, dont 99,7% ont été classées comme petites entreprises (Carsrud et Brännback, 2007,p:5). Ces entreprises jouent un rôle important dans la prospérité du pays et font des Etas Unis l'un des pays les plus entrepreneuriaux dans le monde.

En fait, l'une des principales vertus de l'entrepreneuriat est la création de nouveaux postes d'emploi. Cette création est considérée comme une contribution majeure à l'économie. Une autre vertu par laquelle l'entrepreneuriat soutient l'économie est l'innovation qui est le processus de création d'une nouvelle chose. L'innovation est incontournable pour le processus entrepreneurial. En effet, les nouvelles innovations peuvent relancer l'économie dans la mesure où elles apportent de nouvelles méthodes pour l'activité et la production. À ce titre, l'entrepreneur en tant qu'innovateur participe au renouvellement du tissu économique et industriel comme l'explique bien Schumpeter dans sa fameuse expression : "destruction créatrice".

En gros, l'acte entrepreneurial influence la force et la stabilité économique à travers l'innovation et la création d'emplois. À titre d'exemple, selon le rapport administratif Américain sur les PME de l'année 2010, les PME sont des fournisseurs d'une part très significative de l'innovation aux Etats Unis (Barringer et Ireland, 2012, p:21), et la plupart des postes nouvellement créés sont assurés par des PME. De même, d'après l'enquête de Kauffman Foundation, 92% des Américains croient que les entrepreneurs sont d'une importance capitale pour la création d'emplois (Barringer et Ireland, 2012, p:21).

Cette importance de l'entrepreneuriat a été soulignée pour la première fois par Schumpeter, (1911, p 66) qui stipule qu'il y a cinq situations qui favorisent le développement économique, parmi lesquelles, il évoque la création d'organisation. Dans son ouvrage *The Theory of Economic Development*, Schumpeter (1934) montre que les entrepreneurs développent de nouveaux produits et technologies qui font que les anciens produits

deviennent au fur et à mesure obsolètes. Schumpeter appelle ce processus *la destruction créatrice*. En effet, les nouveaux produits et technologies sont typiquement mieux rentables que les articles remplacés, ils peuvent accroître la productivité de tous les secteurs d'activité dans une société donnée.

Vu les vertus de l'entrepreneuriat sur la croissance économique et la réalisation des objectifs de la politique économique, les économistes ont fini par intégrer "l'entrepreneuriat" comme une nouvelle variable statistique dans leurs modèles de croissance économique.

## 2. L'entrepreneur

### 2.1. Définitions de l'entrepreneur

Le mot entrepreneur est originalement un mot français qui apparaît pour la première fois, en 1437, dans le dictionnaire de la langue française. Trois définitions de l'entrepreneur y sont indiquées. Le sens le plus commun du mot entrepreneur est "l'individu qui entreprend quelque chose". On s'y réfère comme une personne qui est active et réalise quelque chose (Landström, 2005, P: 8). En réalité, les définitions sont variées, et leur nombre est plus ou moins égal au nombre d'auteurs qui les suggèrent. Par exemple, Landström (2005,P:8) reporte que Morris (1998) a exploré 77 définitions après une révision d'un certain nombre d'ouvrages et d'articles sur une période de 5 ans. De même, Gartner (1990) a revu le concept tel qu'il est décrit par les théoriciens, les leaders d'entreprises et les politiciens. Ainsi, il a pu recueillir 90 attributs associés à ce concept.

En fait, l'entrepreneur se distingue des autres individus par des traits spécifiques. En se référant à ses caractéristiques, plusieurs auteurs proposent des typologies propres à l'entrepreneur, fondées sur le profil, la logique d'action, les conditions de création, ou les motivations (Bellanca et Colot, 2014).

Selon le père de l'entrepreneuriat, Schumpeter (1934), l'entrepreneur est celui qui exerce une fonction nouvelle en innovant, en combinant autrement des facteurs de production, et en dégagant ainsi des profits. Il distingue quatre types d'entrepreneurs : le fabricant commerçant, le capitaine d'industrie, le directeur salarié et le fondateur.

De sa part, Baumol (1990) définit les entrepreneurs comme étant des individus ingénieux et créatifs qui mobilisent des moyens afin de cumuler des richesses, du pouvoir et du prestige. À partir de sa définition découle une idée de l'agent responsable de concevoir et

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

de mettre en œuvre un plan d'affaires et un plan de création de richesses. Comme les plans exigent préalablement de ressources, nous constatons que cette définition se converge à celle de Casson qui définit l'entrepreneur comme "un individu qui est spécialisé en prise de décisions associées à l'allocation des ressources rares" (Casson,1982, P:151).

Selon Messeghem et Sammut (2011), il y a six catégories d'entrepreneurs:

- L'entrepreneur innovant : correspond à la définition de Schumpeter. L'entrepreneur est à la recherche des opportunités qui conduisent à une nouvelle combinaison de moyens et de fins. Il remet en question l'équilibre du marché par un processus de destruction créatrice.

- L'entrepreneur arbitragiste : correspond à la définition de Kirzner. L'entrepreneur repère des situations de déséquilibre sur le marché. Sa vigilance entrepreneuriale lui permet de détecter des imperfections sur le marché.

- L'entrepreneur life-style : incarne une forme d'entrepreneuriat fondée sur le bien-être personnel. Il s'agit de poursuivre une opportunité en accord avec sa philosophie de vie. Cette mise en cohérence entre l'activité professionnelle et le style de vie correspond aux nouvelles aspirations individuelles qui sont qualifiées de néo-entrepreneurs ou d'entrepreneurs postmodernes par les auteurs Hernandez et Marco (2006). A leur avis, l'entrepreneur ne s'inscrit pas dans un portefeuille d'activités, et ne consacre pas toute sa vie à l'activité entrepreneuriale puisqu'il entre et sort de cette activité en fonction de la disponibilité des opportunités.

- L'entrepreneur social: privilégie le bien-être social en apportant une contribution à sa communauté ou à sa société. L'entrepreneur social développe un modèle économique qui répond à un problème sociétal (la pauvreté, l'inégalité...etc.). Cette forme d'entrepreneuriat peut être incarnée par une seule personne, mais elle prend souvent une dimension collective.

- L'entrepreneur institutionnel: selon DiMaggio (1988, p:14), les institutions nouvelles surgissent lorsque des entrepreneurs institutionnels - ayant suffisamment de ressources - observent des opportunités et des intérêts qu'ils jugent importants. La saisie des opportunités prend la forme de nouvelles règles, de nouvelles normes, et de nouvelles valeurs. En effet, l'exploitation d'opportunité peut se réaliser par un lobbying consistant à remettre en cause l'ordre établi.

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

- L'entrepreneur mafieux: poursuit une opportunité fondée sur un contournement de la loi. Baumol (1990) évoque ce type d'entrepreneurs, source de création de valeurs économique mais en rupture avec les conventions sociales. Cette figure qui recherche rarement la lumière, évolue dans une sphère illégale. En effet, il existe dans certaines régions du monde, une économie légale mafieuse (Champeyrache, 2005) marquée par des liens forts avec des réseaux politiques. Les activités de ces entrepreneurs peuvent avoir des effets négatifs puisqu'elles découragent les formes classiques d'entrepreneuriat. L'entrepreneur mafieux s'oppose en ce sens à l'entrepreneur Schumpeterien, on pourrait affirmer que le sens de l'accumulation consiste en un processus de destruction prédatrice (Vercellone et Lebert, 2001, p. 31).

**Tableau(2): les types d'entrepreneurs**

Type d'entrepreneur	Nature d'opportunité	Création de valeur	Intensité du changement	Degré de légitimité
innovant	nouvelle information	économique et sociale	Forte	fort
arbitrage	déséquilibre du marché	économique	Faible	faible
life-style	en lien avec les hobbies	sociale	faible et forte	fort
social	résolution de problèmes sociaux	sociale	faible et forte	fort
institutionnel	changement du cadre légal et/ou institutionnel	économique et social	forte	fort
mafieux	contournement de la loi	clanique	faible	faible

Source: Messeghem et Sammut (2011).

Cette très grande variété des formes d'entrepreneurs laisse augurer différentes écoles de l'entrepreneuriat.

### 2.2. L'entrepreneur dans les différentes écoles de pensée

Parmi les courants qui ont traversé le champ de l'entrepreneuriat, cinq courants semblent avoir marqué la recherche (Chabaud et Messeghem , 2010) .

- L'école économique: s'intéresse à la fonction de l'entrepreneur dans l'économie (Kirzner, 1973), et traite de sa relation avec l'environnement. L'entrepreneur, ce héros de

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

l'économie, contribue aux processus d'équilibre et de déséquilibre des marchés. Dans ce contexte, l'accent est mis sur des notions telles que la vigilance entrepreneuriale (la capacité de repérer des opportunités).

- L'école fondée sur les traits : cette école d'inspiration psychologique (McClelland, 1961) tente de cerner des caractéristiques associées à l'entrepreneur. Elle cherche à affiner le profil des entrepreneurs en repérant des traits discriminants qui permettent de les différencier du reste de la société. A l'instar de l'école économique, cette école aussi semble s'intéresser au profil de l'entrepreneur.

- L'école de décision : est un prolongement des deux écoles précédentes. Elle s'intéresse au processus cognitif qui marque le passage de la phase de découverte à la phase d'exploitation de l'opportunité. Cette école s'est développée au cours des années 1990 avec la percée des approches cognitives (Shapero, 1975) qui s'intéressent au processus de décision et en particulier à l'intention entrepreneuriale. Différents modèles de décision ont été proposés mettant l'accent notamment sur une notion devenue incontournable : l'intention entrepreneuriale.

- L'école du comportement: est parfois qualifiée d'école du processus. Ce courant de recherche est apparu à la fin des années 1980 en réaction aux limites de l'approche fondée sur les traits (Gartner, 1988). Ce basculement vers l'étude des comportements entrepreneuriaux a notamment focalisé sur la détection des opportunités.

- L'école de l'organisation entrepreneuriale: des chercheurs comme Miller et Friesen (1983); se sont intéressés à l'orientation entrepreneuriale des organisations existantes. Ce courant de recherche porte beaucoup plus sur la mesure de l'orientation entrepreneuriale que sur le management entrepreneurial. En d'autres termes, il était question d'évaluer le potentiel entrepreneurial d'une organisation existante ainsi que les caractéristiques de l'organisation et du management entrepreneurial. Il s'agit ici des modalités prises par l'organisation entrepreneuriale (l'intrapreneuriat et l'essaimage, etc).

Tableau (3) : les courants de recherche en entrepreneuriat

Courants	Auteurs fondateurs
école économique	Schumpeter, Kirzner
école des traits ou psychologique	Shapero, Krueger
école de décision ou cognitive	Shapero, Krueger
école du processus ou du comportement	Gartner
école d'organisation entrepreneuriale	Miller Burgelman Stevenson et Jarillo

Source : établi par l'étudiant en se référant à la typologie de (Chabaud et Messeghem , 2010)

### 2.3. Entrepreneur ou Manager

#### 2.3.1. L'entrepreneur et le management

L'entrepreneur est présenté dans la littérature comme un innovateur, un organisateur, et un leader. L'entrepreneur est un innovateur puisqu'il combine et transforme des facteurs de production (travail, terre, et capital, mais aussi connaissances) afin de produire une valeur ajoutée de biens et services destinés à être vendus dans un marché plus ou moins concurrentiel (Martinelli ,2004).

L'entrepreneur est un organisateur du processus de création de la richesse économique (Fayolle, 2012). Il recherche des opportunités et s'efforce de les concrétiser en utilisant des techniques appropriées de gestion et de management. À ce stade, les techniques de développement d'un plan d'affaires, d'évaluation d'opportunité et d'acquisition des ressources s'inscrivent dans un contexte de compétences managériales. À ce titre, comme nous avons vu plus haut, Casson (1982) qui considère que l'entrepreneur est un coordinateur des ressources appartient ainsi à ce courant.

Enfin, l'entrepreneur est également un leader qui sait animer des équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers l'atteinte des objectifs qu'il assigne (Fayolle, 2012, P:75). Dans ce contexte, il aide ses collaborateurs pour atteindre leur développement personnel.

Par ailleurs, la « rationalité » de l'entrepreneur est caractérisée par les éléments de profit et de gain ainsi qu'elle est fondée sur le désir et la capacité de réaliser de projets, de penser d'une manière nouvelle et originale, et d'agir par rapport à tout cela (Martinelli, 2004, P:54). Ainsi, son travail est différent de l'activité routinière du manager.

Pour Schumpeter (1935), il s'aperçoit que tout agent économique est différent de l'entrepreneur, notamment par le niveau du risque supporté. Il distingue l'entrepreneur de l'apporteur de capitaux, de l'inventeur et du capitaliste, et de tous les autres travailleurs indépendants: les agriculteurs, les professions libérales, les commerçants, les fabricants industriels, les employés et les actionnaires.

Par ailleurs, Gartner (1988) explique que l'entrepreneur est un individu qui établit et gère une entreprise principalement pour obtenir des profits ou une croissance. Il se caractérise aussi par ses actions stratégiques et innovantes. Comparé au propriétaire d'une petite entreprise, ce dernier est un individu qui établit et gère une entreprise principalement pour compléter d'autres objectifs personnels. Cependant, l'entreprise doit être la source première pour le revenu de l'entrepreneur, dans laquelle il consomme la plupart de son temps et de ses ressources.

### **2.3.2. L'entrepreneur et le manager: les différences**

L'entrepreneur est une personne qui a l'intention de créer de la richesse et de la valeur ajoutée à travers un processus de production. Il va du propriétaire d'une entreprise individuelle qui crée des occasions d'affaires dans le cadre de sa petite et moyenne entreprise, jusqu'à l'entrepreneur PDG qui est placé à la tête d'une grande entreprise, chargé de manager des actifs de son entreprise, de coordonner, et d'organiser ses activités. L'entrepreneur anticipe et maîtrise le changement. Il s'agit bien de réinventer l'entreprise au jour le jour et lui créer des réseaux.

En revanche, le manager a le rôle primordial de superviser la combinaison des ressources et la gestion efficace du portefeuille d'activités de l'entreprise. Un autre rôle du manager est la création d'un environnement de confiance en vue de passer d'un système de conflits (individus avec des objectifs concurrentiels) à un système de coopération (Cuervo, 2005). Par conséquent, le rôle du manager est de convaincre et d'influencer les individus afin de créer un environnement favorable au travail, notamment l'instauration d'un climat de confiance dont les individus ne manifestent pas des comportements opportunistes.

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

**Tableau (4): caractéristiques et comportements de l'entrepreneur et du manager**

	Entrepreneur	Manager
Caractéristiques	-Découvre et crée de nouvelles opportunités. -Un créateur, visionnaire, qui initie et conduit le processus de changement. -Employeur	-Gère et coordonne des ressources -Organise l'entreprise -Employé
Comportements	-Accepte le risque, l'intuition -leader qui rompt les manières de faire les choses -Identifie les opportunités d'affaires	Aversion au risque Rationnel Preneur de décision Crée et gère l'avantage compétitif Crée le climat favorable de travail. Contrôle interne et supervision

Source: Cuervo (2005).

De surcroît, Fayolle (2012, P:75) reporte que les comportements des entrepreneurs s'opposent à ceux des administrateurs. Ces derniers sont des managers dont les préoccupations s'attachent essentiellement à assurer un bon contrôle de ressources et à réduire le niveau de risque. Quant aux entrepreneurs, ils se caractérisent par des comportements spécifiques qui sont au moins de cinq éléments-clés: l'orientation stratégique, le délai de réaction vis-à-vis des opportunités, l'investissement des ressources, le contrôle des ressources, et la structure de l'entreprise (Stevenson et Gumpert, 1985).

**Tableau (5): les différences de comportements entre l'entrepreneur et l'administrateur**

Eléments	L'entrepreneur	L'administrateur
l'orientation stratégique	Stimulé par l'opportunité d'affaires	Guidé par le contrôle d'affaires
le délai de réaction vis-à-vis des opportunités l'investissement en ressources	Très court Par étape d'une façon optimale	Important en raison de la recherche de réduction du risque D'une façon globale
le contrôle des ressources	Ponctualité avec flexibilité	Coordination des activités et efficacité
la structure de l'entreprise	Structures horizontales	Très hiérarchisée et bureaucratique

source: établi par l'étudiant en se référant à (Stevenson et Gumpert, 1985)

### 3. L'entrepreneuriat: types et processus

Les formes d'entrepreneuriat sont souvent diversifiées, il convient cependant de distinguer entre la création nouvelle de l'entreprise, la reprise, la franchise, l'essaimage, l'intrapreneuriat et l'extrapreneuriat.

#### 3.1. Les formes de l'entrepreneuriat

##### 3.1.1. La création d'une entreprise, la reprise d'entreprise et la franchise

La création nouvelle d'une entreprise correspond à la création d'un établissement économiquement actif jusqu'alors inexistant, et donc à l'exploitation de nouveaux moyens de production. On parle aussi de création "pure" ou de création "ex-nihilo". Le terme création ex nihilo permet de souligner l'indépendance de la jeune entreprise.

Toutefois, cette création n'est pas issue de rien, elle est en revanche mise en œuvre par des entrepreneurs ayant des expériences, des ambitions, des projets et il faudra du temps pour arriver à implanter des produits dans un marché. Très fréquemment, ce type de situation fait davantage appel à des qualités et à des compétences utiles pour innover (Fayolle, 2012, P:82).

L'entrepreneuriat s'étend au-delà de la simple création d'entreprises. En effet, il est aussi la reprise d'entreprises. La reprise d'entreprise est une création d'entreprise en reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne. Cette dernière pouvant être en bonne ou mauvaise santé. Deschamps et Barbot (2007) définissent la reprise d'une entreprise comme « le processus qui, par une opération de rachat aboutit à la continuation de la vie d'une entreprise en difficulté ou non, et de tout ce qu'elle contient (structures, ressources humaines, financières, techniques, commerciales, etc.)". Par conséquent, l'acquéreur qui reprend la firme deviendra le propriétaire et même le dirigeant.

Le repreneur démarre avec une clientèle existante et une équipe en place, il bénéficie d'un outil de production et surtout d'une insertion dans la vie économique. Contrairement à ce qui se passe dans la création ex nihilo, le repreneur est contraint de respecter des engagements n'étant pas de son fait, sous peine de menacer un équilibre qui permettait jusqu'alors aux différentes parties de se retrouver dans leur échange économique et social (Schmitt, 2008). Comme les structures sont déjà en fonctionnement, les incertitudes sont généralement moindres.

Pour la franchise, elle est un contrat par lequel un commerçant, le franchiseur, fournit à un autre commerçant, le franchisé, une enseigne et un savoir-faire. En contrepartie le franchisé verse un droit d'entrée et s'acquitte d'une redevance. Le franchiseur s'engage ainsi à fournir un savoir-faire (livraison de matière première pour la fabrication des produits, recettes originales, un soutien publicitaire, une enseigne capable d'attirer la clientèle), ainsi qu'un plan de formation permanent pour le personnel. Il doit apporter à ses franchisés une formation initiale et une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat.

La franchise peut être un gage de garantie et un support contre la concurrence à partir des avantages concurrentiels que procurent l'enseigne et la caractéristique du produit (Novelli, 2009). Les franchises sont très répandues dans la grande distribution (les supermarchés, les hypermarchés: un exemple est l'enseigne *Carrefour*), dans la prestation de services (restaurants, comme Mac Donald's), et dans la distribution des produits de marque et les boutiques spécialisées.

Le franchisé, quant à lui, bénéficie immédiatement de la notoriété d'une marque, d'une enseigne, d'un savoir-faire, d'une formation adaptée mais aussi d'une gamme de produits, de services et de technologie mise à sa disposition.

### 3.1.2. L'essaimage, l'intrapreneuriat et l'extrapreneuriat:

Dans cette partie, nous allons aborder d'autres formes de l'entrepreneuriat qui sont relativement similaires et très souvent font confusion, en l'occurrence l'essaimage, intrapreneuriat et l'extrapreneuriat.

L'essaimage : est une pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains salariés avec l'engagement de les aider à fonder leurs propres entreprises. Daval (1999) démontre que l'essaimage se situe aujourd'hui parmi les stratégies d'aide au développement de nouvelles activités par les salariés au même titre que les concepts voisins d'intrapreneuriat et d'extrapreneuriat. À cet égard, il n'y a aucune contrainte, ni de la part de l'entreprise, ni de la part du salarié. C'est un véritable volontariat de la part de l'entreprise. L'essaimage s'inscrit donc dans une stratégie sociale de l'entreprise intégrant la création d'entreprises par des salariés dans le cadre de la gestion de ressources humaines.

Dans un travail conceptuel, Daval,(1999) a essayé de distinguer deux pratiques qui sont souvent confondues avec l'essaimage.

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

L'intrapreneuriat peut se définir comme la création ou la reprise d'entreprise par un salarié, ce processus s'inscrit dans une stratégie de développement de l'entreprise mère qui n'a aucun problème d'effectifs. Il s'agit cependant de diversifier ses activités en instaurant des entités autonomes. Deux cas de figure se présentent ici : soit un salarié introduit une offre complémentaire aux activités de base ou bien l'entreprise elle-même qui propose des projets aux salariés qu'elle ne peut pas réaliser. L'idée de l'intrapreneuriat est simple. La recherche d'une adéquation du produit avec le marché. Il s'agit donc pour les grandes entreprises de mettre en place des structures capables de s'adapter rapidement aux nouvelles fluctuations du marché.

L'idée est que la création d'entités autonomes, focalisées sur un marché, pourraient répondre aux diversités de comportements et à l'évolution des marchés. Par conséquent, cette stratégie permet l'apparition de nouvelles entités soumises au contrôle de l'entreprise.

Fondamentalement, il s'agit donc d'entrepreneuriat, mais d'un entrepreneuriat qui s'exerce toujours à l'intérieur d'une organisation déjà établie (Antoncic et Hisrich, 2001). L'intérêt est ainsi double puisque l'objectif est d'apporter des bénéfices supplémentaires à l'entreprise tout en satisfaisant les ambitions des individus. Les intrapreneurs ont donc pour mission principale la découverte et l'exploitation des opportunités au sein de l'entreprise.

Quant à l'extrapreneuriat, il favorise la création des entreprises par des salariés tout en retenant la liaison directe à l'entreprise mère. Une prise de participation est opérée dans le capital de la nouvelle structure. Cette forme d'essaimage permet à l'entreprise de se concentrer sur son métier de base tout en externalisant ses activités périphériques. Cette pratique concerne des créations d'entreprises dont l'activité est identique ou proche de celle de l'entreprise source. Pour sa stratégie, l'entreprise consiste à se recentrer sur le métier de base en externalisant les activités secondaires ou périphériques. L'extrapreneuriat offre donc un double soutien à l'entrepreneur de la part de l'entreprise mère : en premier lieu un soutien commercial par un accès au marché, et en second lieu un soutien social en matière de légitimité et d'encouragement divers. Du coup, cet acte, fondé sur des valeurs partagées et une confiance mutuelle entre l'entreprise mère et l'extraprise, établit une relation plus forte qu'un simple contrat.

En réalité, l'intreprenuriat se distingue de l'essaimage par le fait que l'activité ou l'entité juridique nouvellement créée demeure au sein de l'entreprise mère. Autrement dit, l'intrapreneuriat implique le maintien de la dépendance. Tandis que dans le cas de

l'essaimage, la nouvelle entité est indépendante de l'entreprise mère. L'essaimage de projets se réalise par de nouvelles activités qui ne sont pas identiques ou proches de l'activité de l'entreprise essaillante. Pour le cas de l'extrapreneuriat, une proximité réelle avec l'essaimage est fortement manifestée.

### **3.2. Le processus entrepreneurial :**

La littérature spécialisée a introduit différents modèles du processus entrepreneurial au cours des dernières années. Nous allons aborder un modèle qui est le résultat d'une étude réalisée auprès de 200 créateurs d'entreprises au Québec en 2004 (Filion et al, 2008). Les auteurs ont scindé le processus de création d'entreprises en quatre étapes : l'initiation, la préparation, le démarrage et la consolidation.

L'initiation : se manifeste par l'identification et la recherche de l'occasion d'affaire, puis, par la réflexion et le développement de l'idée, et enfin par la prise de la décision de création.

La préparation : consiste dans la rédaction d'un plan d'affaires : l'entrepreneur peut faire appel à un expert-comptable pour le soutenir. À ce titre, la réalisation de l'étude de marché et la connaissance de l'environnement sont des facteurs fondamentaux pour l'élaboration du plan stratégique ainsi que la mobilisation des ressources aussi bien tangibles (information, capital humain) qu'intangibles (capital social, physique, financier et organisationnel). En plus, la constitution de l'équipe entrepreneuriale : les partenaires de l'entreprise (fournisseurs, banques, clients, etc) et l'enregistrement de la marque de commerce et/ou de brevet.

Le démarrage : concerne les démarches d'enregistrement juridique de l'entreprise. D'abord, le statut juridique est l'acte de naissance de l'entreprise. Ensuite, l'inscription au centre de registre de commerce lui permet d'obtenir la qualité de commerçant. Cette phase est caractérisée par un engagement total de l'entrepreneur dans un projet. En effet, il a été observé que durant cette phase de démarrage, les entrepreneurs déploient des efforts extraordinaires et sollicitent parfois le soutien de la famille et des amis. Par ailleurs, c'est dans cette période de temps que le premier produit connaît son apparition et les premières ventes s'opèrent.

La consolidation : s'effectue par la réalisation des activités de promotion en vue de promouvoir les produits et services de l'entreprise. Une politique de marketing est primordiale

dans cette phase. La consolidation s'effectue aussi par la planification formelle : la mise en place de stratégies consolidées suivant des études plus élaborées, avec une gestion axée sur un système d'organisation et de contrôle.

Selon Filion et al, (2008), l'accompagnement des porteurs de projets doit s'opérer durant toutes les étapes du processus (quatre étapes). Toutefois, ils expliquent qu'un chevauchement d'ordre dans les étapes du processus peut avoir lieu. Pour la durée du processus, elle est d'une année.

À ce titre, nous signalons que l'accompagnement des entreprises par des organismes spécialisés en Algérie tels que l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) porte uniquement sur la phase de démarrage de l'activité. Cette lacune peut en partie nous renseigner sur l'échec des dispositifs.

### **3.3. L'intention entrepreneuriale**

Selon Tounés (2003), l'intention enrichit la compréhension du processus de création d'entreprises et elle est un prédicteur de l'acte d'entreprendre. Il rapporte qu'« une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif exige une perception à la fois de la désirabilité et de la faisabilité du comportement entrepreneurial » (Moreau et Raveleau). Il est à préciser que l'intention entrepreneuriale est perçue comme la première phase du processus entrepreneurial selon le modèle de Shook (Aouni, 2007).

Dans ce contexte, les chercheurs en entrepreneuriat considèrent que l'intention entrepreneuriale est une expression d'une volonté personnelle. Elle est également qualifiée d'un processus cognitif. De sa part, Tounés (2003) l'a subdivisé en quatre stades : la propension, l'intention, la décision, et l'acte. Ainsi, il la considère comme étant une phase majeure dans le processus de création d'entreprises. L'auteur s'est appuyé sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) où l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels :

- L'attitude vis-à-vis du comportement : Tounés souligne un principe selon lequel l'attitude conditionne le comportement. Par exemple, l'attitude envers le risque amène la personne à considérer de façon positive ou négative le fait de prendre des risques. De même, l'attitude envers le succès et l'échec de création d'entreprises favorise ou défavorise la décision de créer une entreprise par les individus.

## **Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin**

---

- La norme sociale perçue : les pressions sociales peuvent être des freins à l'idée de se lancer. En d'autres termes, la norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale. Cette dernière fait référence à la façon de pensée des personnes proches telles que la famille et les amis.

- Le contrôle comportemental perçu : selon Ajzen, « le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou à la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Ce contrôle renvoie à la perception que dispose un individu de la faisabilité personnelle du comportement ».

### **Section 2: L'entrepreneuriat féminin**

Le rôle que peuvent jouer les femmes entrepreneurs dans le développement socioéconomique des pays a été largement mis en évidence par la littérature théorique et les travaux empiriques. En effet, les femmes entrepreneurs créent de l'emploi et contribuent à la création de la richesse dans toutes les économies.

Toutefois, jusqu'à la fin des années 1980, l'entrepreneuriat féminin est considéré comme un domaine de recherche un peu négligé par les chercheurs et n'a commencé son évolution qu'à partir du début des années 1990.

### **1. Evolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin**

#### **1.1. L'émergence de la recherche sur les entreprises féminines**

L'évolution des facteurs sociologiques encourage les femmes à pénétrer le monde du travail. Depuis la Seconde Guerre mondiale, l'influence des femmes n'a fait qu'augmenter sur le marché du travail occidental, motivée en partie par leur besoin d'indépendance financière et d'auto-suffisance. Il faut y ajouter aussi l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers d'un certain nombre de familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorce, et l'augmentation du nombre de femmes vivantes seules. En outre, les valeurs et les attitudes envers le travail payé ont changé, et les femmes en sécurité financière allaient chercher l'épanouissement à l'extérieur de leur foyer.

En fait, les premiers travaux en entrepreneuriat avaient été principalement centrés sur les entrepreneurs masculins, en raison de la représentativité des hommes et de leur taille. C'est uniquement à partir de la fin des années 1970 que l'entrepreneuriat féminin a commencé à

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

apparaître, commençant par l'étude des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneurs (voir Schwartz, 1976).

Au milieu des années 1970, les hommes constituent de loin la principale composante de la population entrepreneuriale et il n'y a pas à cette époque une perception du statut de la femme entrepreneur comme étant un phénomène distinct (US Bureau of the Census, 1977). Il avait été tout simplement supposé que les hommes et les femmes entrepreneurs possédassent essentiellement les mêmes caractéristiques. Cependant, dans cette période, les pays développés ont connu des changements fondamentaux en matière de leur législation. À ce stade, le gouvernement des États-Unis a observé que l'adoption de la loi sur la l'égalité en matière de crédit (*Equal Credit Opportunities Act*) de 1975 et la loi relative aux mesures palliatives dans le domaine de l'emploi (*Affirmative Action Act*) de 1978 ont été cruciales pour le développement des entreprises dirigées par les femmes (hitt,2002).

En effet, ces lois ont considérablement éliminé les principaux obstacles structurels entravant le développement des entreprises féminines. En 1979, un autre rapport parrainé par le Département du Commerce intitulé *The Bottom Line* (Département du Commerce des États-Unis, 1979) a davantage légitimé le statut des femmes chefs d'entreprises aux USA (hitt,2002).

Ces législations remettent le statut des femmes à l'avant-garde des débats politiques et académiques et conduisent à l'apparition du premier document relatif aux femmes entrepreneurs: " Entrepreneurship: A New Female Frontier" par Eleanor Schwartz, au début des années 1970, au moment où il y avait seulement 5% des entreprises féminines aux USA représentant approximativement 700,000 entreprises (Greene et al., 2006).

Bien que ce travail pionnier reste le seul dans son genre jusqu'à la fin de la décennie 70, il représente le début effectif d'un courant de recherche qui décrit les caractéristiques des femmes entrepreneurs, leurs entreprises, et leurs contributions à la croissance économique.

Sur le plan académique, c'est Hisrich et Brush, (1983) qui ont lancé la première étude nationale longitudinale sur les femmes entrepreneurs aux États-Unis en suivant évidemment les traces de Schwartz.

En réalité, la littérature différencie entre trois niveaux d'analyse (des études micro, meso et macro). Dans le domaine des études micro, l'accent est centré sur le processus décisionnel entretenu par les individus afin de devenir entrepreneur. Par exemple, les facteurs

personnels tels que les traits psychologiques, le niveau d'éducation et la qualification, la capacité financière, l'environnement familial et l'expérience acquise. Au contraire, les études dans le domaine macro tentent d'agrèger le niveau micro et méso et concentrent sur une série de facteurs environnementaux, tels que les variables technologiques, économiques, et culturelles ainsi que les régulations gouvernementales.

### **1.2. La recherche en entrepreneuriat féminin durant la période 1970-1990.**

En général, les chercheurs semblent devenus plus conscients de la sensibilité des différences entre les sexes, et le genre devient de plus en plus employé comme une variable de contrôle (Verheul, 2005). Au milieu des années 1970, il n'y avait aucune perception que les femmes entrepreneures étaient des sujets distincts. En effet, lorsque les études sur l'entrepreneuriat des femmes sont apparues, elles analysent le sexe comme une variable secondaire. Cependant, l'intégration du concept de genre par la suite dans les modèles a permis de dépasser la dichotomie homme-femme pour tendre vers la considération du masculin et du féminin dans l'entrepreneuriat (Chabaud et Lebègue, 2013).

De surcroît, les 30 dernières années ont connu des changements significatifs sur le statut et le poids des femmes entrepreneurs dans la société ainsi qu'une évolution de la recherche sur ce sujet. En fait, après la publication du premier papier sur les femmes entrepreneurs, la recherche sur cette spécialité d'entrepreneuriat a été élargie de plus en plus à tous les pays et à toutes les disciplines avec des méthodes diversifiées.

Comme le phénomène d'entrepreneuriat féminin était dans une phase naissante et son intérêt était encore au début, la plupart des études n'avaient pas testé la théorie, mais plutôt elles considéraient le genre comme une variable (Greene et al, 2006). Ce type de recherche en entrepreneuriat féminin à l'instar des autres types d'entrepreneuriat durant cette période de temps était principalement dominé par des études liées à la psychologie des traits de personnalité.

De sa part, Schwartz (1976) qui a focalisé sur l'ensemble des attitudes et des caractéristiques des femmes entrepreneurs a démontré que la nécessité économique et le désir d'indépendance étaient de principales motivations conduisant les femmes à l'auto-emploi. Par contre, la discrimination bancaire était un obstacle majeur pour les femmes créatrices d'entreprises.

Schwartz a aussi témoigné qu'une femme bien formée dispose très peu de différences entrepreneuriales comparativement à son homologue masculin. Quant à l'étude de Hisrich and Brush (1983), elle décrit essentiellement la femme entrepreneur de cette période comme une universitaire, issue d'une classe moyenne, mariée avec des enfants, et jouissant du soutien de son conjoint.

Une série d'études suivra les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin, employant souvent les mêmes questions de recherche et les mêmes mesures. Aux États-Unis, Kaplan (1988) qui a traité le sujet des motivations entrepreneuriales a trouvé des différences de genre en ce qui concerne l'âge et les caractéristiques des entreprises. Pellegrino et Reece (1982) ont constaté que la gestion financière et la disponibilité des capitaux dans la phase de démarrage avaient été les plus grands défis pour les femmes entrepreneurs. De sa part, Scott (1986) avait exploré les sujets du plafond de verre et du désir des femmes d'assurer la combinaison de la vie familiale et professionnelle.

Minniti (2009) souligne que des études internationales, fournissant des résultats complémentaires sur les mêmes sujets, ont été également publiées par Birley et al., (1987); Holmquist et Sundin, (1988); Watkins and Watkins, (1983), parmi d'autres. Par ailleurs, certaines études ont exploré des différences entre les hommes et les femmes par rapport aux styles de gestion des entreprises, et ont trouvé que les entreprises appartenant à des femmes avaient plus de tendance à l'informel (Chaganti, 1986; Neider, 1987).

De point de vue méthodologique, l'approche psychologique des traits de personnalité a profondément impacté la période des années 1970 et 1980. Ainsi, beaucoup de recherches ont été centrées sur deux thématiques: " ce qui est une femme entrepreneur " et " la comparaison entre femmes entrepreneurs et hommes entrepreneurs ". Dans l'ensemble, cette première vague de recherche a suscité l'intérêt des universitaires et sensibilisé le public sur la place des femmes dans l'entrepreneuriat et dans l'économie.

### **1.3. La recherche en entrepreneuriat féminin après l'année 1990**

La recherche en entrepreneuriat féminin au début des années 1990 focalise sur une ou plusieurs localités d'un pays (au lieu d'un pays tout entier), elle peut être caractérisée par une vocation descriptive, employant des échantillons de commodité et manque de groupes de comparaison entre pays (Brush, 1992).

Verheul (2005) reporte que la recherche contemporaine en entrepreneuriat (après l'année 1990) utilise des méthodes plus sophistiquées pour enquêter sur les questions de genre. La plupart de ces études utilisent des échantillons mixtes comportant un groupe de contrôles pour comparer entre les femmes entrepreneurs (Ahl, 2002). À partir des années 1990, le genre commence à apparaître comme une lentille au moyen de laquelle des recherches sont conduites, et non plus comme une variable mathématique incluse dans les analyses de régression (Greene et al., 2006).

La période des années 90s a aussi connu un développement remarquable des études au regard du comportement entrepreneurial des femmes. Minniti et Naudé (2010) soulignent que la majorité de ces études sont inspirées des principes de mouvements féministes. Ils reportent cependant que les études sont restées empiriques et n'ont pas abordé le domaine théorique d'une façon explicite (Greer and Greene, 2003). Dans ce contexte, Fischer et al, (1993) parmi d'autres ont articulé la théorie féministe au contexte de l'entrepreneuriat des femmes et ont observé un peu de différences entre les hommes et les femmes par rapport aux motivations. Dans le même ordre d'idée, Brush (1992) a appelé à une approche intégrative considérant à la fois la vie professionnelle et la vie familiale des femmes.

En revanche, dans une approche économique qui se veut alternative à l'approche féministe, Claudia Goldin a publié un livre intitulé "*Comprendre le Décalage du Genre*". Son approche met en évidence l'impact économique et significatif des décisions de l'emploi des femmes et légitimé ainsi l'étude du comportement des femmes au travail.

De sa part, Minniti (2009) précise que des travaux comme ceux de Blau, (1998) ; Blau et Ferber, (1987); Blau et Devaro ( 2007); Blau et Kahn, (2000), (2007) et ceux du prix Nobel Gary Becker (Becker (1996), (1973); Becker et al., (1990) ont fortement inspiré des recherches théoriques et empiriques liées au sujet des femmes entrepreneurs, tels que l'allocation des ressources familiales, les décisions de mariage et de maternité, les perceptions d'opportunités, la confiance en soi, et la pauvreté.

En parallèle avec l'évolution générale du domaine des études sur l'entrepreneuriat depuis le début de ce siècle, la recherche sur l'entrepreneuriat féminin a évolué de façon exponentielle. En plus de l'examen du thème des caractéristiques et des réalisations des femmes entrepreneurs, la recherche a été répondeur à d'autres sujets : la santé des femmes, la maternité, la position familiale et la satisfaction de vie (Williams, 2004). Egalement, une

attention croissante a été attribuée aux réseaux d'entreprises, à la croissance et la performance, au style de gestion, au financement et au capital humain (voir, Aldrich et al., 2002).

Toutefois, l'une des évolutions les plus remarquables de l'entrepreneuriat féminin durant les dernières années a été l'augmentation significative du niveau de rigueur menée dans les recherches empiriques. La rigueur dans la production des preuves empiriques a contribué à la légitimation de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin dans des disciplines variées. Il est espéré qu'avec plus de prise de conscience dans l'avenir, les chercheurs produiront des contributions plus théoriques afin de faire évoluer l'état de connaissance dans le domaine du comportement entrepreneurial en général et de l'entrepreneuriat féminin en particulier (Verheul, 2005).

### 2. Les femmes entrepreneurs: les différences

L'explication des comportements des femmes entrepreneurs et leurs différences sont complexes et très variées. En effet, les femmes entrepreneurs disposent de plusieurs caractéristiques distinctives des hommes entrepreneurs, et mêmes parmi elles-mêmes.

#### 2.1. L'engagement entrepreneurial des femmes à travers le monde

Selon les résultats de GEM 2012, les femmes représentent entre 1,5% et 45,4% parmi la population adulte, qui exploitent activement une entreprise ou comptent s'engager dans une démarche entrepreneuriale (tableau 6). Au Panama, le Venezuela, la Jamaïque, le Guatemala, le Brésil, la Thaïlande, la Suisse et Singapour, les taux des hommes et des femmes engagés dans la création des entreprises sont égaux (GEM, 2012).

Cependant, l'enquête GEM 2015 montre que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes, même si les femmes ont enregistré une progression significative ces dernières années, le taux de TEA féminin moyen est de 11,09<sup>(1)</sup>, comparativement au TEA masculin qui est de l'ordre de 15,41% à l'échelle mondiale.

La seule économie dans laquelle il y a plus de femmes entrepreneurs que d'hommes entrepreneurs est le Ghana: 55% d'entreprises sont dirigées par des femmes (GEM, 2010). Concernant les pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), ils ont généralement

---

<sup>1</sup> Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA): Pourcentage de femmes des 18-64 ans qui sont soit entrepreneurs naissants soit propriétaires gérants d'une nouvelle entreprise.

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

le plus faible taux de femmes entrepreneurs dans le monde. De même, l'Iran et le Pakistan ont des niveaux des plus bas aussi dans le monde.

D'après le rapport Gender Gap (2012) la question d'égalité des sexes au Pakistan est très critique et les femmes pakistanaïses profitent très peu de la formation. Ainsi, elles se retrouvent politiquement sous-représentées et disposent d'un pouvoir décisionnel très faible dans tous les niveaux administratifs.

Dans une thèse de Doctorat, Léna Saleh (2011) explique que la France figure parmi les pays du monde où la création d'entreprises est très souvent envisagée comme un choix moyennement faible. Ce constat est corroboré par d'autres recherches telles que GEM 2009, en effet, devenir un créateur d'entreprise en France reste un parcours atypique (Boissin et al., 2009). Les femmes représentent 30% des créateurs et 27% des dirigeants de TPE /PME, ce qui place la France dans la moyenne des pays occidentaux (Léna Saleh (2011)).

Tableau (6). Part des femmes entrepreneurs dans la force de travail au monde (TEA femmes).

	2012	2013	2014
LATIN AMERICA & CARRIBEAN:(la moyenne)	15	15	16.11
Argentine	14	13	11.22
Brésil	15	17	17.45
Moyen orient et l'Afrique du Nord (la moyenne)	4	6	-
Algérie	3	3	-
Tunis	5	-	-
Egypte	2	-	-
Iran	6	6	10.47
SUB-SAHARAN AFRICA (la moyenne)	27	26	24,59
Afrique du Sud	6	9	6.29
Angola	31	20	20.37
Uganda	36	25	37.15
Asie pacifique et du Sud (la moyenne)	7	11	11.35
Chine	11	12	14.18
Japon	2	3	1.5
Malaysia	6	5	6.78
Union Européenne (la moyenne)	5	6	5.45
France	4	3	4.3
Allemagne	4	4	3.97
USA	10	10	11.2

Source: Global Entrepreneurship Monitor GEM (2012)

Léna Saleh reporte qu'en Turquie 13% de la population féminine ont l'intention de créer des entreprises (1,83 million), mais 64% ont seulement vu leurs entreprises créées. La première raison de création est le désir de réalisation et de succès. La même étude montre aussi que 47% de ces entreprises emploient un seul travailleur, 40% emploient entre deux et cinq employés, et 13% emploient plus de cinq personnes (Çakir, 2008)

En Afrique et plus précisément au Cameroun, des données issues d'une enquête effectuée par Onana (2006) auprès de 117 femmes entrepreneuses a tenté de caractériser les motivations des femmes entrepreneurs. L'analyse montre que l'altruisme communautaire est la principale motivation des femmes entrepreneuses de l'échantillon. Autrement dit, l'auteur souligne que la création d'entreprises est d'abord une réponse à leur désir de contribuer au bien être de la communauté, notamment à la famille.

### 2.2. Différences entre les hommes et les femmes entrepreneurs

Il est constaté qu'il y a des différences importantes au niveau individuel et dans une certaine mesure au niveau macro. Les études comparatives entre les femmes et les hommes entrepreneurs sur les caractéristiques personnelles montrent l'existence de plus de ressemblances que de différences (Brush, 1992, p11).

Kyrö, (2009) reporte que le phénomène de ségrégation professionnelle a été identifié dans la recherche au niveau individuel (micro). Il a été constaté que les femmes ont des différences en matière d'éducation, de formation professionnelle et moins d'expérience dans le domaine de gestion et des finances (Sundin, 1996; Yeager, 1999).

En outre, Brush,(1992) souligne que le chiffre d'affaires, le nombre d'employés et le taux de croissance des entreprises, sont plus faibles chez les femmes que chez les hommes. Les résultats montrent en général que la performance financière des entreprises appartenant aux femmes et leurs contributions à l'économie sont plus faibles que celles de leurs homologues masculins . Les entreprises appartenant à des femmes rencontrent également plus de difficultés à obtenir des prêts et à générer des profits.

D'autre part, nous observons que les entreprises gérées par des femmes sont plus petites par rapport à celles qui sont gérées par des hommes (Coleman, 2007). De même, les entreprises féminines penchent à être moins rentables que celles des hommes. Aussi, la propension des femmes à la création d'entreprises peut être différente de celle des hommes pour des raisons culturelles comme la discrimination (Neumark et McLennan, 1995). Par

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

conséquent, la dimension de genre est d'une grande importance dans l'analyse des hommes et des femmes entrepreneurs (Manolova, Brush et Edelman 2008).

Par ailleurs, les différences des motivations entrepreneuriales pour les hommes et les femmes entrepreneurs se traduisent par de différentes perceptions vis-à-vis de la réussite entrepreneuriale. Généralement, il est d'un commun accord que les femmes ont souvent des aspirations différentes par rapport aux hommes, et se lancent dans des activités pour des motivations non pécuniaires. Des études récentes ont suggéré que le choix de démarrer une affaire peut être plus complexe pour les femmes que pour les hommes, et que les femmes ont tendance à être plus sensibles au regard des facteurs non monétaires (Burke et al., 2002). D'autre part, le choix de se lancer dans une activité entrepreneuriale est souvent associé à des facteurs de nécessité, un phénomène plus observé chez les femmes que les chez les hommes (Minniti et al., 2006) . À leur tour, Kepler et Shane (2007) ont constaté que l'expérience quoiqu'elle soit pertinente aux deux sexes, les femmes entrepreneurs possèdent moins d'années d'expérience.

D'autres recherches ont montré que les femmes sont moins entrepreneuriales, parce qu'elles prennent moins de risques, et ne disposent pas de compétences et d'apprentissage entrepreneurial convenable (Ahl, 2006). Il est aujourd'hui convenu que l'explication par seulement des études au niveau micro de l'écart d'activité entrepreneuriale entre les deux sexes (Female/Male TEA Ratio - voir tableau7) est insuffisante, il faut tenir compte aussi des autres facteurs contextuels pour vérifier les facteurs nationaux (Brush et al., 2009).

De leur part, Baughn et al,(2006) constatent que l'inégalité des sexes conduit à des ségrégations professionnelles de genre, ce qui pourrait aider à expliquer encore l'écart de création, en particulier l'absence des femmes dans certaines industries.

En outre, les réseaux des femmes d'affaires sont limités et restent encore relativement impuissants à cause de la faible représentativité dans des postes de haute responsabilité. Par contre, les hommes ont tendance à avoir plus de contacts et de réseaux.

Tableau (7): Female/Male TEA Ratio (2015)

Pays	Female/Male TEA Ratio (2015)	Pays	Female/Male TEA Ratio (2015)
Argentine	0.8	Maroc	0.5
Brasil	0.9	Afrique du Sud	0.6
Chine	0.7	Tunisie	0.4
Egypte	0.3	USA	0.6
Allemagne	0.5		
Inde	0.6		
Iran	0.5		
Malaysia	1		

Source : GEM (2015)

### 3. Intérêt économique, obstacles et promotion de l'entrepreneuriat féminin

#### 3.1. L'intérêt économique de l'entrepreneuriat féminin

L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. La femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même et pour les autres, et surtout fournit des biens et services pour satisfaire des besoins multiples.

En réalité, la littérature met en évidence l'impact positif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement socioéconomique. Cet impact comprend la création d'emplois, la croissance économique, l'innovation et la diversité en entrepreneuriat (Verheul et al, 2006). Selon Brush et al,(2006), la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde. Le nombre de femmes entrepreneurs se multiplie de façon rapide particulièrement dans les dernières années, alors que la croissance des hommes entrepreneurs est beaucoup plus modeste (Evans and Leighton, 1989).

L'entrepreneuriat féminin a pris une évolution croissante dans la plupart des pays industrialisés depuis une dizaine d'années, mais aussi dans des pays en voie de développement, avec souvent des caractéristiques spécifiques (des microentreprises). Les États-Unis par des actions volontaristes engagées depuis plus de trente ans ont montré la voie à suivre aux autres nations en matière des programmes d'accompagnement des femmes entrepreneurs dont ils recueillent aujourd'hui les fruits.

## **Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin**

---

Au Canada, une étude de Robichaud et McGraw (2003) fondée sur des statistiques canadiennes a montré qu'entre 1991 et 1994, les entreprises dirigées par des femmes ont créé quatre fois plus d'emplois que la moyenne canadienne (Carrier et al, 2006).

Par ailleurs, les études empiriques démontrent que le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans la réduction de la pauvreté est fondamental, à ce titre: l'expérience de la banque Grameen en Bangladesh est exemplaire.

Cette banque a principalement focalisé sur les femmes, il a été découvert que l'octroi des crédits à cette catégorie crée des profits non seulement pour les femmes et leurs familles mais aussi pour la communauté. Son fondateur et prix noble Yunus (2007) montre que la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage et l'émergence de ce type d'entreprises au Bangladesh a contribué d'une façon remarquable à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales.

Beaucoup de femmes se lancent en premier lieu pour créer leur propre emploi. On parle donc "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes (GEM 2010).

Il est maintenant plus visible que l'entrepreneuriat au féminin crée de l'emploi et contribue à la création de la richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006). Les femmes entrepreneurs contribuent au développement économique en créant non seulement des emplois mais aussi des richesses.

En effet, il est aujourd'hui tenu pour acquis que l'entrepreneuriat est considéré comme un important mécanisme pour le développement économique, et ce pour son impact sur l'emploi, l'innovation et le bien-être (Acs et Audretsch 1988). En effet, l'intérêt à l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement est plus visible, en raison de l'évolution du rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique (Naudé, 2010), et pour aussi l'augmentation du nombre de femmes chefs d'entreprises à cause du phénomène du «plafond de verre» en partie qui empêche les femmes à s'épanouir au-dessus d'un certain niveau dans l'organisation (Daily et al., 1999).

### **3.2. Obstacles de l'entrepreneuriat féminin**

Les femmes entrepreneurs demeurent toujours et partout minoritaires dans le monde des affaires et rencontrent des obstacles et difficultés spécifiques tout au long de leur

## **Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin**

---

démarche entrepreneuriale. À vrai dire, l'entrepreneuriat a été défini comme un domaine masculin, puisque depuis des siècles sont les hommes qui ont participé le plus, et partout dans le monde aux activités entrepreneuriales (Brush, 2008, p 611).

Bien qu'un bon nombre d'obstacles rencontrés au démarrage des entreprises soient communs aux deux sexes, les femmes entrepreneurs font face à des problèmes supplémentaires (Smallbone et al. 2000) en raison des valeurs socioculturelles discriminatoires, et des traditions incorporées dans l'environnement politique et juridique.

Les chercheurs soulignent que les contraintes normatives et les attitudes sociétales fondées sur des croyances culturelles dans certains pays ne sont pas favorables au travail des femmes en général et des femmes entrepreneurs en particulier (Jamali 2009).

Varié entre pays, le manque de soutien gouvernemental en matière des lois et des services est identifié comme étant un obstacle majeur aux femmes entrepreneurs (Jamali, 2009). Aidis et al, (2007) ont prouvé par ailleurs que l'accès au financement est un énorme obstacle aux femmes entrepreneurs à la Lituanie et de l'Ukraine par rapport à leurs homologues masculins.

Dans certains pays en développement, les inégalités de genre est le résultat de l'absence de politique efficace et de réformes sociales, ainsi que de normes et valeurs traditionnelles qui ont relégué les femmes au second rang (Kitching et Wolfe, 2004). Le faible accès aux marchés d'information, de technologie et de finance, les rapports pauvres avec des services de soutien et l'environnement réglementaire défavorable sont d'autres contraintes qui limitent la capacité des femmes à mettre en place ou à améliorer leurs entreprises.

Par ailleurs, une enquête auprès de 100 femmes entrepreneurs Nigériennes conduite par Kitching et Woldie (2004) montrent que les femmes entrepreneurs sont souvent inhibées par un faible niveau d'éducation et de compétences, ce qui a généralement limité leur accès aux divers services de soutien. Les auteurs témoignent que les engagements familiaux, la discrimination sexuelle, le manque d'orientation professionnelle, l'inadéquation de l'éducation sont des obstacles majeurs pour se lancer dans une démarche entrepreneuriale. En Éthiopie, Gurmeet et Belwal (2008) mentionnent dans leur étude sur les PME des femmes que l'absence de savoir-faire technologique et l'accès à la technologie posent un défi pour les femmes entrepreneurs.

Un autre défi est la combinaison de la gestion de l'entreprise et la responsabilité familiale, cette dualité peut éventuellement compromettre le succès de l'entreprise (Jennings et McDougald, 2007). À cet effet, selon la littérature, les femmes entrepreneurs reconnaissent qu'elles déploient plusieurs stratégies pour faire face à cette double charge de combinaison des affaires et de la famille.

De même, Williams (2004) a constaté qu'en Europe le temps consacré aux soins des enfants est négativement lié à la réussite des entreprises (mesuré par la durée de vie de l'entreprise). En outre, l'emplacement domestique d'une entreprise peut affecter sa légitimité en raison du regard négatif des clients et des créanciers. De plus, certaines études montrent que les femmes s'attachent fortement au soutien de leurs maris, partenaires et parents pour lancer ou faire développer une affaire commerciale (Jennings et McDougald, 2007).

De leur côté, Légaré et St-Cyr (2000) ont présenté huit obstacles cités par la littérature: la discrimination sur le plan de financement, la concentration dans des secteurs d'activité à faible rendement, le manque d'expérience professionnelle, la pénurie de réseaux d'entraide, le manque de temps et d'argent pour participer à des formations, les exigences conflictuelles entre le temps accordé à l'entreprise et le temps passé avec la famille, l'absence de soutien de la part des conjoints et l'insuffisance du rendement financier.

Enfin, la réussite économique des hommes et des femmes entrepreneurs est certainement entravée par de nombreux facteurs. Cependant, les femmes sont confrontées à des contraintes de manière plus intense, étant donné que des rôles et des responsabilités leur sont proprement attribués. Les contraintes les plus courantes comprennent notamment : l'accès aux financements, l'information, la technologie, les ressources productives ainsi que la pertinence de l'enseignement et des expériences.

### **3.3. Promotion de l'entrepreneuriat féminin**

Comprendre les différences et les similitudes des femmes entrepreneurs entre les pays est une étape cruciale pour la compréhension des motivations, des obstacles et éventuellement la suggestion de solutions. À cet effet, il est nécessaire que plus de recherches et de stratégies soient lancées en faveur des femmes entrepreneurs en vue de combiner affaires et famille et investiguer le rapport avec les conjoints et les autres membres de la famille.

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

À ce titre, les initiatives visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement devraient prendre en compte les différences et les similarités dans les autres pays industrialisés. Les mesures d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin sont aujourd'hui engagées à travers le monde par des professionnels, des décideurs et des parties prenantes du secteur privé. Ils ont lancé des programmes de soutien pour combler l'écart entre les deux sexes en matière de l'activité entrepreneuriale.

Une analyse des résultats actuels à travers le monde nous renseigne que l'entrepreneuriat féminin est encore une ressource manquée et une opportunité inexploitée pour le développement et la croissance économique, l'augmentation des niveaux de revenu des ménages, l'autonomisation économique des femmes, et la contribution à l'égalité des sexes.

Les organisations engagées dans la promotion des femmes pour l'entrepreneuriat déploient une variété d'instruments et de méthodes, allant de la formation entrepreneuriale et de soutien technique, au développement d'autonomisation et de financement. Quant à ces organisations, nous pouvons citer: les institutions internationales, les organisations de société civile, les ONG, les organismes de bienfaisance, les entreprises privées, les entrepreneurs sociaux et les partenaires public-privé.

Internationalement, le rôle de l'Organisation Internationale de Travail (OIT) est important particulièrement dans le domaine de la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Elle a développé un vaste éventail de ressources et d'instruments. L'objectif principal de son programme Women's Entrepreneurship Development (WED) est de créer un environnement propice au développement de l'entrepreneuriat féminin qui génère des emplois de qualité et renforce les capacités institutionnelles et le développement d'outils et de services de soutien pour les femmes entrepreneurs. L'OIT le mentionne explicitement que l'égalité des sexes est au premier plan de ses politiques et des programmes de soutien.

D'autre part, tous ces organismes : l'ONU Femme, la Banque Mondiale, le Forum Mondial Économique, l'Agence Allemande pour la Coopération Technique (GTZ), l'OIT, la Banque de Développement Africaine et les ONG telles que l'OXFAM et les partenaires publics et privés, considèrent l'entrepreneuriat féminin comme une priorité et focalisent leurs travaux principalement sur les pays en voie de développement (Vossenber, 2013).

## **Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin**

---

Un bon exemple de partenariat public et privé est la Third Billion Campaign (2012) qui prépare les femmes à contribuer à la croissance économique dans le monde et vise à unir les efforts des gouvernements, des ONG, et des entreprises autour de l'idée de facilitation de l'accès des femmes aux ressources nécessaires afin d'atteindre leur plein potentiel économique.

À vrai dire, ces organisations qui ont pour but la promotion des femmes entrepreneurs assurent des activités diverses : le soutien technique, l'autonomisation, la fourniture des crédits et le financement des investissements. Les instruments employés sont: la formation, le réseautage, et le financement. Ils sont principalement destinés aux micro-entrepreneurs qui sont caractérisés par des motivations de nécessité.

Enfin, il ne faut pas perdre de vue que l'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin va de pair avec l'intérêt de l'entrepreneuriat qui s'inscrit dans le cadre de la croissance et du développement économique global.

### **Section 3 : Les femmes entrepreneurs dans les pays du Maghreb**

Cette région demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière de l'activité entrepreneuriale en générale et de l'activité entrepreneuriale féminin en particulier. Selon OCDE (2014), les économies de la région MENA ont la plus faible proportion des femmes employées au monde et un niveau de femmes entrepreneurs tout aussi faible.

#### **1. L'entrepreneuriat féminin en Algérie**

Pour un pays comme l'Algérie qui a un taux de chômage élevé et un taux d'entrepreneuriat très faible, stimuler l'entrepreneuriat féminin est une mesure très centrale.

##### **1.1. L'activité entrepreneuriale en Algérie**

L'activité entrepreneuriale est très faible dans le pays, et elle devient plus critique quand il s'agit de l'activité entrepreneuriale des femmes.

###### **1.1.1 Situation de l'économie et des PME**

L'Algérie est un pays avec un revenu moyen à élevé dont l'économie est excessivement tributaire des hydrocarbures, représentant près de la moitié du PIB, et 95 % des exportations. La population est de plus de 39,67 millions, et un PIB par habitant s'élevant à

4206 US\$, en 2015. Le taux d'inflation et le taux de chômage approchent 2.9% et 9.5% respectivement en 2014<sup>2</sup>.

Le contexte entrepreneurial algérien est moins favorable que la plupart des pays de la région MENA, ce qui entraîne des obstacles à sa compétitivité. Dans le classement de Doing Business 2016 de la Banque mondiale, l'Algérie est passée du 161e au 163e rang sur 188 pays, très en deçà en matière de performances par rapport à ses voisins immédiats, la Tunisie et le Maroc, respectivement classés à la 74e et 75e place. Les petites et moyennes entreprises sont très importantes pour la diversification et la croissance future de l'Algérie, mais le secteur est sous-développé et l'activité entrepreneuriale est encore relativement récente.

Bien qu'elles existent des statistiques sur les entreprises immatriculées en Algérie, il existe encore peu d'informations sur les PME et les entrepreneurs des secteurs formel et informel. En Algérie, la petite et moyenne entreprise se définit, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise: employant une (1) à (250) personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars, et qui respecte les critères d'indépendance.

En fait, l'activité entrepreneuriale en Algérie est assez faible en comparaison avec les pays voisins, en particulier avec ceux de la région MENA. En effet, les données GEM signalent que le taux des entrepreneurs naissants<sup>(3)</sup> est relativement faible.

### 1.1.2. Les études réalisées par GEM Algérie

Le projet du Global Entrepreneurship Monitor (GEM)<sup>(4)</sup> est une évaluation annuelle des attitudes, aspirations et activités entrepreneuriales dans plusieurs pays. Le projet a initialement démarré en 1999 sous l'impulsion de la London Business School et de Babson College. Jusqu'à aujourd'hui, près d'une centaine d'équipes nationales se sont investies à mesurer l'activité entrepreneuriale aux quatre coins du globe, ce qui fait du GEM la plus grande étude qui porte sur le dynamisme entrepreneurial dans le monde.

---

<sup>2</sup> Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

<sup>3</sup> La phase des premiers balbutiements jusqu'à 3 mois de salaires versés.

<sup>4</sup> [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

Les premières données GEM en Algérie ont été recueillies au cours des mois de juin et de juillet 2009<sup>(5)</sup>. Les entretiens en face-à-face ont été menés auprès de 2 000 adultes sélectionnés à partir d'un échantillon national représentatif de la population en utilisant une méthode de mouvement Brownien. Dans l'enquête GEM 2009, plus de 60 % des entrepreneurs algériens à un stade précoce ont perçu que les opportunités entrepreneuriales étaient à peu près les mêmes que l'année précédente.

D'autre part, 60 % ont estimé qu'il était plus difficile de démarrer une entreprise, et selon plus d'un tiers, il était plus difficile de développer une entreprise. Quoique que les femmes aient enregistré une progression significative ces dernières années, les données de l'enquête GEM 2011 montrent que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes. Le taux de prévalence TEA féminin<sup>(6)</sup> moyen national est 5,7 comparativement au TEA masculin 12,3. Le rapport du taux de TEA masculin/féminin révèle un écart favorable aux hommes, deux fois supérieurs à celui des femmes. Les taux de TEA féminins les plus faibles sont enregistrés au niveau des régions de Blida, Bordj Bou Arreridj et Tizi Ouzou.

L'évolution des différents taux d'activité entrepreneuriale montre que les hommes sont beaucoup plus susceptibles à participer à une activité entrepreneuriale nouvelle que les femmes. Le taux TEA moyen durant les années 2009/2012 est de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes.

L'écart sexospécifique relevé indique que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le démarrage d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les études du GEM qui sont menées à l'échelle internationale mais aussi dans des régions spécifiques telles que la zone MENA. Les données de l'étude GEM Algérie montrent que le rapport hommes femmes a tendance à augmenter selon les données des enquêtes GEM 2011 et 2012. En effet, la participation entrepreneuriale des femmes est en train de gagner du recul en faveur des hommes. Toutefois, les taux de TEA féminines suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Elles sont plus concentrées dans les catégories d'âges de 24-34 ans et de 35-44 ans.

---

<sup>5</sup> La première participation des trois pays du Maghreb à l'enquête GEM remonte à l'année 2009. L'Algérie et la Tunisie ont participé 4 fois chacune, et le Maroc 2 fois.

<sup>6</sup> Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA) : Pourcentage de femmes des 18-64 ans qui sont soit entrepreneurs naissants soit propriétaires gérants d'une nouvelle entreprise.

### 1.2. Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin

Plusieurs acteurs contribuent à la promotion de l'entrepreneuriat féminin, certains sont des organismes publics, d'autres sont des associations de femmes entrepreneurs.

#### 1.2.1. Dispositifs d'aide à la création d'entreprises

Dans les faits, la croissance du nombre de femmes entrepreneurs tend à être plus élevée dans les pays où des politiques de soutien sont mises en place. Ainsi, dans les pays où des approches ciblées en faveur des femmes entrepreneurs sont faibles, le taux de croissance est moins élevé (Stevenson, et Lundström, 2002).

En théorie, les structures publiques sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont sensées apporter un appui important en matière d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. En pratique, il existe de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants: l'ANGEM, l'ANDI, l'ANSEJ et la CNAC.

**L'Agence Nationale de Gestion du Micro- Crédit (ANGEM) :** Elle est un dispositif (microcrédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leurs propres activités.

Le microcrédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier. Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

- Le crédit « achat de matière première » prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au microcrédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.
- Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » : le coût maximal de l'investissement est fixé à 1 million de dinars<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> [www.angem.dz](http://www.angem.dz). Le 02/01/2017 à 17h00.

**L'Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)** : est une institution publique créée en 1996, chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprises. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprises. Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 millions de dinars<sup>8</sup>.

**La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)** : à partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs entre 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA, et la possibilité d'extension de la capacité de production des biens et des services pour les entrepreneurs déjà en activité<sup>9</sup>.

**L'Agence Nationale de Développement de l'Investissements (ANDI)** est créée en 2001. Elle est chargée de promotion et de développement des investissements en Algérie ; accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs nationaux et étrangers. À travers ses guichets uniques décentralisés qui sont des antennes de proximité et des interlocuteurs privilégiés auprès des porteurs de projets, l'ANDI facilite les procédures et simplifie les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements<sup>10</sup>.

### 1.2.2 Associations des femmes entrepreneurs

Ces associations encouragent et appuient la création des entreprises des femmes, les informer, les encadrer et les assister dans la gestion et la pérennisation de leurs entreprises. Ces associations professionnelles et sectorielles jouent de nombreux rôles essentiels dans l'économie. En organisant les entreprises en réseau, les associations (notamment les chambres de commerce et d'industrie, les organisations d'employeurs, les associations du secteur, les associations d'entrepreneurs) facilitent l'échange d'informations entre les membres, promeuvent les relations d'affaires et renforcent leur capital social.

---

<sup>8</sup> [www.ansej.org.dz](http://www.ansej.org.dz).Le 04/01/2017 à 17h00.

<sup>9</sup> <https://www.cnac.dz>.Le 05/01/2017 à 12h00.

<sup>10</sup> [www.andi.dz](http://www.andi.dz).Le 05/01/2017 à 14h00.

### **L'Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises (AME)**

L'association compte quelque cinq cents membres (500) sur l'ensemble du territoire national, qui compte quelque 9 000 femmes d'affaires. Dans le cas de cette association, ce sont soit des femmes entrepreneurs qui possèdent leurs propres affaires, soit des femmes qui évoluent à des niveaux de responsabilité dans l'administration, les institutions et diverses organisations économiques et financières, ou bien des femmes porteuses de projets à titre privé ou dans le cadre de coopératives<sup>11</sup>.

### **L'Association des Femmes Algériennes chefs d'entreprise (SEVE)**

Créée en 1993, cette association apolitique vise la facilitation de l'émergence des entreprises créées par les femmes à travers l'organisation des journées de formation et d'information au profit des femmes en se fixant comme objectif principal l'intégration des femmes dans l'économie nationale. Elle comporte actuellement plus de 200 membres<sup>12</sup>.

### **1.3 Statistiques sur les femmes entrepreneurs:**

En Algérie, les femmes représentent 15% de la population active et le taux de chômage est de 16.8% (Banque Mondiale, 2014) , leur part n'excède pas 16% des assujettis au champ salarié, toutefois, contrairement à ce que l'on se laisse croire, les hommes ne sont pas mieux payés que les femmes en Algérie, ce sont plutôt les femmes qui sont beaucoup mieux payées que les hommes. Une enquête de l'Office National des Statistiques (ONS) en 2011 révèle que le salaire moyen des femmes, estimé à 33 900 DA, est beaucoup plus élevé que celui des hommes, estimé à 28 700 Da<sup>13</sup>.

Par ailleurs, sur un total de 157 122 personnes morales inscrites au CNRC à la fin de l'année 2014, 8 163 sociétés sont gérées par des femmes, soit 5,2%. Elles sont concentrées essentiellement dans les métropoles à savoir: Alger, Oran, et Sétif avec des taux respectivement de 32,6%, 7,7% et 5,1%. Quant aux personnes physiques, sur un total de 1 484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%. S'agissant de la tranche d'âge des femmes les plus entreprenantes, celle ci se situe entre 39-48 ans, suivie de la tranche d'âge de 29-38 ans.

---

<sup>11</sup> [www.ame-dz.com](http://www.ame-dz.com)

<sup>12</sup> [www.seve-dz.org](http://www.seve-dz.org)

<sup>13</sup> une enquête décennale sur les dépenses de consommation et le niveau de vie des ménages de 2011. <http://www.ons.dz>.

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

Si l'on compare avec les statistiques de l'année 2012, on observe que l'activité entrepreneuriale des femmes a augmenté de 12% entre les années 2012 et 2014. En effet, en 2012, il y a 116 474 femmes commerçantes réparties comme suit : 109 771 personnes physiques et 6 703 personnes morales (dirigeantes d'entreprises). Pour ce dernier chiffre (6 703), on trouve 38% de ces entreprises évoluent dans le domaine des services, 24,8% dans le domaine de l'industrie et de la construction et des travaux publics, et 19,7% dans le domaine de l'import-export. Toutefois, il est utile de signaler que ces statistiques n'englobent pas les activités de professions libérales, artisanales et agricoles, puisqu'elles sont régies par des dispositifs légaux et par des réglementations spécifiques.

Du côté de l'ANDI, sur la période 2002-2015, il y a 60 239 projets qui ont été financés, cependant, nous constatons seulement le nombre de 3 510 projets qui sont créés par des femmes, soit 5,83%. Pour la même période, le taux le plus faible de participation des femmes est enregistré à Naama (0.37%) et le taux le plus élevé est enregistré à Alger (10.74%). Le transport représente la part du lion avec un taux de 55.57% parmi l'ensemble des activités créées par les femmes. Pour l'ANSEJ, le nombre de projets financés au profit des femmes depuis la création de l'agence en 1997 s'élève à 35 939, soit 10%. Le taux le plus élevé (18%) est atteint, en 2004, et en 2005.

**Tableau (8): projets financés pour les femmes dans le cadre de l'ANSEJ**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Projets féminins	2 211	2 951	4 477	3 526	3 665	2 645
Projets Total	22 641	42 832	65 812	43 039	40 856	23 676
Taux	10%	7%	7%	8%	9%	11%

Source: ANSEJ 2016.

### 2. L'entrepreneuriat féminin au Maroc

Les dernières années connaissent une évolution du nombre d'entreprises appartenant à des femmes dans le monde. Au Maroc, l'évolution économique du pays a poussé les femmes marocaines à devenir des acteurs actifs dans la société.

### 2.1. L'activité entrepreneuriale au Maroc

#### 2.1.1. Situation de l'économie et des PME

Le royaume du Maroc est un pays à bas revenu avec une population qui a atteint un niveau de 34,84 millions en septembre 2014 évoluant à un taux modéré de 1.1%, le PIB par habitant s'élève à 2 871 US\$, en 2015. Le taux d'inflation et le taux de chômage avoisinent 0.4 et 10.2 respectivement en 2014<sup>14</sup>. Un progrès que vient d'enregistrer le Maroc est la réussite de sa transition d'une économie tirée par les facteurs vers une économie tirée par l'efficacité.

Le Maroc a adopté le principe de l'économie de marché et mis en place une politique de liberté économique depuis les années 1980. La plupart des entreprises publiques ont été privatisées. Par rapport au cadre de privatisation, le Maroc est considéré comme le pays le plus avancé et l'un des plus forts marchés de capital-risque dans la zone MENA avec 20 sociétés (BM, 2006). De même, il est l'un des quatre pays de cette zone qui a accédé à l'OMC. Il a signé sa première convention d'association Euro-méditerranéenne en 1990.

Parallèlement, le développement des nouvelles spécialisations industrielles à forte valeur ajoutée a favorisé la modernisation de la base productive. Ainsi, le Maroc a réussi sa transition vers une économie tirée par l'efficacité en se classant 71e (parmi 189 pays) dans l'édition 2015 du rapport mondial sur la compétitivité.

Concernant les petites et moyennes entreprises, elles représentent 95 % de l'ensemble des entreprises privées, la moitié des emplois offerts, 30 % des exportations, 40 % des investissements privés <sup>(15)</sup>. De ces bienfaits, elles occupent une place de choix dans l'économie marocaine. Cependant, la plupart d'entre elles sont familiales et faiblement diversifiées. De même, une bonne partie est de type informel, représentant 50% selon certains experts (El ouazzani, 2016).

Les économies du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord ont une moyenne de 114 dans le classement de facilitation à faire des affaires selon le rapport Doing business 2016. Le Maroc se classe à la 75<sup>e</sup> place. Cette position a baissé à 68 dans le rapport de 2017. Par ces résultats, le Maroc se montre comme le pays le plus favorable à l'activité commerciale dans le Maghreb. Toutefois, le secteur privé rencontre encore divers challenges : l'incompatibilité des

---

<sup>18</sup> Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

<sup>15</sup> Communautés européennes et OCDE, 2008.

## **Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin**

---

infrastructures de transport, le coût élevé de s'initier en activité commerciale, la bureaucratie et la restriction sur le marché d'emploi.

### **2.1.2. Les études réalisées par GEM Maroc**

Selon les résultats de GEM 2015, le Maroc enregistre un taux de TEA de (4,4%), ce qui signifie que 4 adultes seulement sur 100 sont impliqués dans la création ou la gestion d'une entreprise (depuis moins de trois ans et demi), et un taux d'entreprises établies de (5,2%), qui est perçu comme l'un des plus faibles parmi les pays enquêtés (62 pays) (El ouazzani, 2016). À titre comparatif, la moyenne de TEA dans la zone MENA est plus importante (12,81%). Selon les résultats de la même étude, il y a un grand problème au Maroc, ce problème réside dans l'écart entre l'intention entrepreneuriale et la création réelle d'entreprise. Les individus ne sont pas en mesure de traduire leurs intentions en créations.

Un autre constat signale que le manque de financement au Maroc est la cause de cessation d'un quart des entreprises, et ce pays se classe parmi les pays ayant le plus bas taux de TEA féminin dans l'enquête GEM 2015, où un peu moins de 3% de la population féminine en âge de travailler sont des entrepreneurs. En plus, le taux TEA femme/ homme égale 0.5 ce qui signifie que les hommes sont deux fois plus entrepreneurs que les femmes.

La seconde participation marocaine à l'enquête GEM était en 2009. Les résultats de cette édition montrent que la population adulte a une attitude relativement favorable envers l'entrepreneuriat. En effet, compte tenu du choix de l'environnement professionnel, 70 % des Marocains préfèrent posséder une entreprise (GEM,2010). D'autre part, trois quarts des entrepreneurs estiment posséder des connaissances, des compétences et de l'expérience requise pour démarrer une entreprise. Par ailleurs, près de 27 % des interrogés prévoient de lancer une entreprise au cours des trois prochaines années. Ces taux d'intention sont particulièrement élevés dans les groupes d'âge de 18–24 et de 25–34 ans.

### **2.2. Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin**

Un certain nombre de mesures gouvernementales ont été prises pour améliorer l'environnement réglementaire en faveur des nouvelles entreprises en démarrage et encourager l'entrepreneuriat en particulier parmi les jeunes Marocains. Aussi, le secteur de la microfinance est bien développé, et le marché du capital risque est plus prospère au Maroc que dans les autres pays de la région MENA. Mais, malgré l'existence de plusieurs

organismes de soutien et de promotion de l'entreprise féminine au Maroc, on décèle que peu ou prou de femmes marocaines adhèrent à ces groupements.

À titre d'exemple, l'expérience des Centres Régionaux d'Investissement (CRI), entamée en 2002, ont certainement amélioré l'environnement de création des entreprises au Maroc par rapport aux pratiques anciennes dans ce domaine. Comme principal interlocuteur de création d'entreprises au Maroc, les CRI ont pour mission la centralisation de toutes les formalités administratives via un formulaire unique et la constitution d'interface avec les institutions publiques<sup>16</sup>.

En outre, les prestations spécifiques dans le domaine du financement ont été mises en place pour faciliter l'accès aux PME et TPE. Les lignes de financement garanties par l'État sont le crédit dédié aux jeunes entreprises et le crédit Moukawalati. Pour ce dernier, il peut être considéré comme le premier dispositif intégré d'appui à la création des petites entreprises au Maroc qui permet de lutter contre le chômage. Son principe est d'aider toute personne désirant se lancer avec des prêts allant de 50 000 à 250 000DH<sup>17</sup>.

Concernant les actions de formation et de sensibilisation destinées aux écoliers, lycéens, étudiants, et créateurs potentiels, elles sont la mission des universités et des écoles supérieures ainsi que des opérateurs nationaux de formation professionnelle (l'OFPPPT) et du Centre des Jeunes Dirigeants (CJD).

Le CJD Maroc est un mouvement créé en 2001 et rassemble aujourd'hui plus de 200 dirigeants chefs d'entreprises et cadres. Il se subdivise en 7 sections : Agadir, Casablanca, Fès, Marrakech, Mohammedia, Rabat et Tange. Il effectue des actions de sensibilisation à l'entrepreneuriat dans les lycées et les écoles de formation. Nous citons à titre d'exemple « les journées internationales de l'entrepreneuriat » qui ont permis de toucher par des actions de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat environ 2000 écoliers et lycéens (CJD et PAAP, 2009).

Une autre institution qui est très active est *l'Association des femmes chefs d'entreprises au Maroc (AFEM)*. Elle est une association indépendante créée le 28 septembre 2000, et dispose aujourd'hui d'un solide réseau regroupant plus de 500 femmes<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> <http://www.casainvest.ma/le-15/01/2017-a-14h00>.

<sup>17</sup> [www.moukawalati.ma/le-15/01/2017-a-15h00](http://www.moukawalati.ma/le-15/01/2017-a-15h00).

<sup>18</sup> [www.afem.ma/le-12/12/2016-a-08h00](http://www.afem.ma/le-12/12/2016-a-08h00).

Elle a beaucoup fait pour hisser le profit de la femme entrepreneur au travers des conférences, de promotion et des soutiens. Elle met les femmes chefs d'entreprises en réseau, les informer, les former, les accompagner dans leurs projets de développement mais aussi déploie toute une stratégie d'encouragement à l'entrepreneuriat féminin.

### 2.3. Statistiques sur les entreprises des femmes

Au Maroc, les femmes représentent 26,7% de la population active et le taux de chômage est de 10.9%<sup>19</sup>. Ainsi, la situation économique des femmes au Maroc se révèle être mieux par rapport aux autres pays du Maghreb.

D'après le rapport annuel 2009 de l'office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), les femmes marocaines ont créé moins de 12 % des entreprises à la fin de l'année 2009. En 2014, sur 35 706 entreprises créées, il y a 6 976 entreprises gérées par des femmes, soit 19.54 %<sup>20</sup>.

Les entreprises créées et dirigées par les femmes, quant à leur effectif et à leur chiffre d'affaires, sont généralement de petite taille. Elles sont plus récentes et se situent dans des secteurs d'activité traditionnelle, soit, les services, le commerce de détail, la restauration et l'hôtellerie. Au Maroc, les entreprises dirigées par des femmes sont le plus souvent des SARL (57%) ou des entreprises individuelles (22%). Elles sont plus rarement des sociétés anonymes (16%). Le choix de la SARL est dû à la simplicité de la création mais aussi parce que le capital de départ n'est pas très élevé.

Selon une étude réalisée auprès d'un échantillon de 579 femmes chefs d'entreprises en 2004 par l'AFEM. Il est remarqué que le taux des femmes entrepreneurs est très faible (seulement 10% des créateurs). Ces femmes ont pour la plupart un âge entre 25 et 55 ans, avec une forte concentration dans la tranche d'âge 35-44 ans. Près d'une femme sur trois (36%) exerce dans les services, et 33% dans le commerce et la distribution. Toutefois, ces statistiques ne reflètent pas la réalité en raison de l'absence d'une étude sur l'activité entrepreneuriale informelle des femmes entrepreneurs<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

<sup>20</sup> [http://62.251.167.25/sites/default/files/field/ressource\\_pdf\\_rapport\\_2009\\_final.pdf](http://62.251.167.25/sites/default/files/field/ressource_pdf_rapport_2009_final.pdf)

<sup>21</sup> [www.afem.ma](http://www.afem.ma). Le 13/12/2016 à 9h00.

### 3. L'entrepreneuriat féminin en Tunisie

Les femmes tunisiennes ont accédé à de nombreux paliers dans le paysage économique. Avec les évolutions législatives qu'a connues le pays ces dernières années, la femme tunisienne s'est insérée de plain-pied dans le domaine d'entrepreneuriat.

#### 3.1. L'activité entrepreneuriale en Tunisie

##### 3.1.1 Situation de l'économie et des PME

L'activité économique en Tunisie après la révolution est morose. Le niveau de la population tunisienne a atteint 11,11 millions, en 2015 et le PIB par habitant s'élève à 3 872 (\$ US courants), en 2015. Le taux d'inflation et de chômage avoisinent les 4.9% et 13.3% en 2014<sup>22</sup>. Après avoir connu des niveaux acceptables (2,3% par an, en 2013, et 2014), la croissance a subi une inflexion en 2015, estimée à 1% selon le FMI<sup>23</sup>.

La Tunisie a vécu une échéance importante avec la libre échange des produits industriels européens sur son territoire; l'accord d'association avec l'Union Européenne (UE) concrétise le choix irréversible des autorités d'intégrer la Tunisie dans l'économie mondiale. L'entrée en vigueur à la zone de libre échange avec l'Union Européenne a été mise en œuvre en janvier 2008.

En fait, la Tunisie a décidé de s'intégrer à l'économie mondiale afin de stimuler la croissance et d'améliorer le bien-être grâce à la promotion de l'entrepreneuriat privé. Néanmoins, après le déclenchement de la révolution, la conjoncture de l'économie tunisienne présente de nombreuses vulnérabilités qui pèsent sur son potentiel de croissance. Ajouté à cela, une dette en accroissement avec un niveau de 53,2% du PIB en 2015. L'agriculture demeure le seul secteur à avoir soutenu la croissance économique en 2015. Pour 2016, la Tunisie table sur un taux de croissance d'environ 3%.

En ce qui concerne les PME, elles sont la locomotive de l'économie tunisienne en matière d'emploi et de génération de richesses (plus de 96% des entreprises sont des PME/PMI). Le pays a adopté une nouvelle politique industrielle orientée vers la création et le développement des PME ainsi que le soutien de la recherche pour favoriser l'innovation technologique, perçue comme un levier fondamental pour améliorer l'attractivité et la compétitivité sur le plan international.

---

<sup>22</sup> Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

<sup>23</sup> <http://www.imf.org/external/french/pubs/ft/WEO/2016/02/pdf/textf.pdf>.

D'après les statistiques de l'Institut National des Statistiques (INS) en 2011, il y a 601 416 PME qui activent et emploient 59% de la main-d'œuvre totale<sup>24</sup>. En outre, selon une enquête élaborée, en 2011, par la Banque mondiale sur l'entrepreneuriat dans le monde, 1.03 société à responsabilité limitée pour 1 000 habitants en âge de travailler a été créée annuellement durant la période 2004-2009, un taux comparativement élevé par rapport à la région MENA (0.6 société), mais inférieur au taux moyen dans les pays de l'OCDE (4.8 sociétés) (O'Sullivan et al,2011).

### 3.1.2. Les études de GEM Tunisie

Selon le rapport GEM Tunisie 2012, la Grande Tunis et les régions du sud-ouest ont les taux TAE régionales les plus bas dans le Pays: 4,1% et 3,6% respectivement. En parallèle, le Sud Est et le Centre-Est ont les TAE régionales les plus élevées 6,1% et 5,3% respectivement. Sidi Bouzid, un des gouvernorats qui avaient déclenché la révolution tunisienne, se caractérise par un entrepreneuriat de nécessité des plus élevés en Tunisie, tandis que l'entrepreneuriat d'opportunité est plus observé dans le Grand Tunis et la côte Est (Belkacem et Mansouri, 2012).

L'activité entrepreneuriale en Tunisie, telle que mesurée par le TEA global, varie dans une large mesure par le genre. Il est constaté une grande disparité entre le TEA hommes et le TEA femmes, 6,75% et 2,87% respectivement. Ainsi, les hommes (entrepreneurs naissants et nouveaux) sont 2,4 fois plus susceptibles de démarrer une entreprise que leurs homologues femmes.

Selon les motivations, l'entrepreneuriat peut être divisé en deux catégories : un entrepreneuriat d'opportunité ou un entrepreneuriat de nécessité. Les résultats montrent que les femmes en Tunisie sont plus susceptibles de poursuivre un entrepreneuriat à base d'opportunité alors que les hommes ont un nombre relativement plus élevé des motivations de nécessité. Cependant, les femmes montrent plus de peur d'échouer dans leurs affaires.

En Tunisie, la majorité des entreprises émergentes, nouvelles ou établies sont de tailles très petites. Le tiers d'entre elles sont des microentreprises familiales qui offrent des possibilités d'emploi aux propriétaires seulement. En effet, elles créent 1,8 emploi en moyenne (soit 1,6 million d'emplois).

---

<sup>24</sup> [www.ins.tn](http://www.ins.tn) .Le 14/10/2016 à 23h00.

De son côté, l'étude GEM Tunisie 2015 témoigne que l'on assiste de plus en plus à un entrepreneuriat innovant et orienté en partie à l'international. Le TEA tunisien est de 10,1.

### **3.2. Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin**

La Tunisie désireuse de favoriser l'entrepreneuriat est soucieuse de simplifier les démarches liées à la création d'entreprise a décidé d'introduire des programmes et des réformes pour stimuler l'entrepreneuriat aux niveaux national et local. L'accès au financement est amélioré par les nouveaux fonds de capital d'amorçage et les garanties de prêts et les start-up sont soutenues par les nouvelles pépinières d'entreprises.

Les structures d'aide à la création d'entreprises sont nombreuses. Leur mission est de conseiller et d'aider les jeunes promoteurs à valider l'idée de projet. Les principales structures sont : l'Agence de Promotion de l'Industrie (API), l'Agence de Promotion de l'Investissement Extérieur (APIE), l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), l'Agence Foncière Industrielle (AFI), l'Office National Tunisien du Tourisme (ONTT), le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX), l'Agence Nationale de l'Emploi et du Travail Indépendant (ANETI) et l'Union Tunisienne pour l'Industrie, le Commerce et l'Artisanat (UTICA). Toutefois, les structures les plus importantes sont:

#### **L'Agence de Promotion de l'Industrie (API)**

L'agence est un réseau de prestations au service de l'entreprise. Elle est organisée en 5 centres d'interventions qui offrent des prestations à partir du siège et de ses 24 directions régionales. Elle a pour mission d'octroyer des avantages financiers et fiscaux, d'identifier les opportunités d'investissement et les idées de projets, d'assister les promoteurs dans la constitution de leurs dossiers d'investissement et leur encadrement, de former les jeunes promoteurs et leur encadrement durant les phases d'identification, d'étude et de réalisation de leurs projets dans le cadre de pépinières d'entreprises<sup>25</sup>.

#### **Le Réseau National des Pépinières d'Entreprises**

Lancé en 2005, ce réseau est formé de personnes morales dotées d'une personnalité juridique et d'une autonomie financière. Il propose plusieurs services: il s'agit de l'offre d'informations relatives à l'environnement de la création d'entreprises, de la formation managériale et d'incubation. Il s'agit aussi des séances d'assistance personnalisée avec des

---

<sup>25</sup> [www.tunisieindustrie.nat.tn](http://www.tunisieindustrie.nat.tn). Le 04/11/2016 à 00h15.

experts pour la validation de l'idée de projet, de la réalisation de plan d'affaires ainsi qu'un appui de financement et d'hébergement (installer l'entreprise innovante dans les locaux des pépinières d'entreprises selon des conditions tarifaires avantageuses) (APII, 2016).

### **La Chambre Nationale des Femmes Chefs d'Entreprises (CNFCE)**

Une organisation non gouvernementale à but non lucratif, créée en 1990 sous l'égide de l'union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat.

La CNFCE regroupe des femmes chefs d'entreprises de différents secteurs d'activité ayant la volonté de rassembler leurs énergies, croiser leurs compétences, briser leur isolement. Elles ont aussi l'ambition de contribuer activement et efficacement à la construction de l'économie tunisienne. La chambre vise essentiellement la promotion de l'entrepreneuriat féminin, la performance des entreprises dirigées par les femmes et l'intégration des jeunes entrepreneuses dans la vie de l'association<sup>26</sup>.

### **3.3 Statistiques sur les femmes entrepreneurs**

En Tunisie, les femmes représentent 25,2% de la population active et le taux de chômage est de 15,8%<sup>27</sup>. La Tunisie demeure le pays où il y a moins de statistiques sur le nombre de femmes entrepreneurs. Le problème de fond se situe dans le fait que l'immatriculation au registre de commerce ne discrimine pas entre les personnes selon le sexe.

Pour les personnes physiques, les Tunisiennes ont créé 11 807 activités commerciales en 2014, selon l'Institut National de la Statistique. Quant aux personnes morales, parmi 11 970 entreprises créées en 2015, les entreprises dirigées par les femmes représentent 2 353 entreprises, soit un taux de représentativité de 19.5%.

Par ailleurs, dans un travail réalisé par Cawtar (2007) dans la zone MENA, nous observons que la majorité des femmes interviewées en Tunisie sont mariées (72%) et ont en moyenne 1.8 enfant. De plus, elles sont les plus bénéficiaires des crédits bancaires pour leurs créations (47%) par rapport aux autres pays de la zone MENA. Enfin, nous constatons que les caractéristiques d'affaires des femmes entrepreneurs tunisiennes sont similaires à celles des femmes du monde. Elles activent dans les services, le commerce de détail, l'industrie non durable et la majorité sont bien éduquées, mariées, et ont des enfants (AFEM, 2010).

---

<sup>26</sup> [www.utica.org.tn](http://www.utica.org.tn). Le 30/11/2016 à 01h00.

<sup>27</sup> Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

## Chapitre 1 : L'entrepreneuriat, et l'entrepreneuriat féminin

---

Tableau (9) : le nombre de nouvelles entreprises enregistrées en Tunisie.

Année	Total entreprises	Entreprises dirigées par des femmes
2015	11970	2353
2014	12520	2319
2013	12473	2016
2012	12405	1793
2011	11651	1673
2010	11704	1564

Source: Le ministère de la justice Tunis (2016).

### Conclusion du chapitre

Aujourd'hui, la littérature en entrepreneuriat féminin demeure limitée, et elle est très souvent examinée dans les pays développés. L'entrepreneuriat dans les pays en voie de développement reste l'un des phénomènes économiques les moins étudiés. Cette lacune de diversité dans les thèmes de recherche résulte souvent de la supposition que l'entrepreneuriat est le même partout dans le monde. Cette généralisation, néanmoins, commence à changer dans les dernières années quand des études révèlent des variations pratiques entre les entrepreneurs masculins et féminins ainsi qu'entre les pays développés et les pays en voie de développement.

A ce niveau, malgré l'engouement croissant à l'entrepreneuriat féminin, son évolution dans les pays du Maghreb est très en retard par rapport au reste du monde.

## **CHAPITRE 2**

### **Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

### **Introduction du chapitre**

Le phénomène de l'entrepreneuriat s'analyse à partir de différents niveaux. L'analyse peut s'opérer au niveau micro ou au niveau macro. Nous allons dans ce chapitre discuter en détail la perspective macro de l'entrepreneuriat, tandis que la perspective micro sera abordée dans le troisième chapitre. Pour les deux perspectives, l'accent est mis sur l'entrepreneuriat des femmes, et sur les principaux déterminants cités dans la littérature.

L'objet du deuxième chapitre est de présenter les principaux déterminants phares de l'entrepreneuriat féminin. Ce chapitre introduit de façon détaillée les déterminants macros cités dans la littérature: les déterminants de genre et les déterminants environnementaux, susceptibles d'influencer la création d'entreprises, et plus particulièrement les entreprises qui appartiennent à des femmes.

### **Section 1 : Approches et mesures de l'entrepreneuriat au niveau macro**

Plusieurs chercheurs ont essayé de mesurer l'importance d'un bon nombre de facteurs soulevés dans les modèles suscités dans l'évolution de l'entrepreneuriat entre les pays. Dans cette section, nous exposons les différentes approches des déterminants au niveau macro, les différents facteurs influençant la création des entreprises et plus particulièrement celles des femmes, et enfin, nous traitons les différentes mesures de l'entrepreneuriat.

#### **1. Les approches des déterminants entrepreneuriaux**

##### **1.1. Les niveaux d'analyse des déterminants d'entrepreneuriat**

Selon Jamali (2009) un seul niveau de conceptualisation peut se révéler simpliste et insuffisant pour saisir l'interaction entre les différentes unités et les niveaux d'analyse. À ce titre, Syed et Özbilgin (2009) ont proposé un cadre relationnel pour la gestion de la diversité d'analyse. Leur modèle combine les trois niveaux d'analyse. Ces niveaux sont interdépendants et étroitement liés, d'où le nom "relationnel". À ce stade, il est peu convenu que les déterminants d'entrepreneuriat féminin se trouvent dans un jeu complexe de facteurs du domaine micro, méso, et macro (Bruin et al., 2007).

En fait, la revue de la littérature a mis l'accent sur les facteurs micros affectant l'entrepreneuriat féminin, tels que l'identification des opportunités, la motivation, les stratégies de financement, et la performance. Cependant, l'imbrication des variables au niveau micro, méso, et macro, peut-être clairement détectée même si nous essayons d'établir une distinction

entre ces niveaux d'analyse. Par exemple, le capital humain où les facteurs de motivation de type push sont inextricablement liés au processus organisationnel ou aux contraintes du marché de travail ainsi qu'aux diverses variables au niveau macro. Par conséquent, les variables micros, méso et macros, interagissent pour encadrer la dimension générale de l'entrepreneuriat féminin dans un contexte spécifique.

Jamali (2009) signale que les différences de genre ont été documentées au niveau micro en ce qui concerne l'autoperception (Anna et al., 2000), la saisi d'opportunités (Eckhardt et Shane, 2003), les styles de prise de décision (Baker et Nelson, 2005), et les structures des réseaux (McManus, 2001). En revanche, il y a une prise de conscience grandissante que les orientations individuelles sont moulées par les environnements: économiques, juridiques, et sociales.

Aussi, les orientations individuelles sont étroitement liées aux facteurs au niveau méso, cela comprend les politiques et les pratiques organisationnelles. Toutefois, une attention plus systématique a été accordée ces dernières années à l'influence des facteurs macros sur l'entrepreneuriat d'une façon générale, et sur l'entrepreneuriat féminin d'une façon particulière (Verheul et al ., 2006).

### **1.2. L'analyse macro: une analyse complémentaire**

#### **1.2.1. Le niveau d'analyse micro**

La littérature sur l'entrepreneuriat féminin repose principalement sur des études au niveau micro. Elle a mis l'accent sur les caractéristiques distinctives des entrepreneurs féminins et masculins (comme les motivations, les traits de personnalité, et l'expérience) ou les caractéristiques des entreprises (comme la taille, les objectifs et la stratégie, la gestion et la performance).

D'autres études ont inclus des caractéristiques environnementales, telles que les contraintes financières que rencontrent les femmes à l'occasion du démarrage et du développement de leurs entreprises. Verheul et al., (2006) soulignent qu'à l'exception des travaux de Reynolds et al., (2002) et de Kovalainen et al., (2002), peu d'études ont étudié l'influence des facteurs macros sur l'entrepreneuriat féminin et masculin.

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Au niveau des études micros, l'accent était mis sur le processus décisionnel suivi par les individus pour devenir entrepreneurs. Les facteurs individuels sont liés aux traits psychologiques, à l'éducation, à la capacité financière, à l'environnement familial et aux expériences antérieures.

Pour les études d'organisations (au niveau meso), l'approche micro a pour rôle d'examiner rationnellement les individus comme une unité élémentaire dans le contexte organisationnel (Emirbayer, 1997). Elle suppose la fixité des identités, des priorités et des objectifs individuels (Kyriakidou et Özbilgin 2006, p. 2).

### **1.2.2. Le niveau d'analyse macro**

Le nombre d'études internationales examinant les questions liées au lancement des entreprises a connu depuis les années 1990 une croissance rapide, et plusieurs comparaisons entre pays sur l'entrepreneuriat ont été menées, notamment dans le cadre des projets internationaux annuels tels que le Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Cependant, la littérature concernant les comparaisons internationales sur l'entrepreneuriat féminin au niveau macro reste limitée et elle devient encore plus limitée quand elle s'agit des études en dehors du contexte des pays développés (Kobeissi, 2010).

Il convient de noter que les études au niveau macro tentent d'agréger le niveau micro et meso et concentrent sur une série de facteurs environnementaux, tels que les variables technologiques, économiques, et culturels ainsi que les régulations gouvernementales. Syed et Özbilgin (2009) citent que la recherche meso dont l'organisation est l'entité d'analyse se rapporte aux relations qui se produisent entre le contexte organisationnel et les comportements (individus, groupes), et examine la nature de ces relations (House, Rousseau et Thomas-Hunt 1995).

À ce niveau d'analyse, nous tenons compte des conditions (lois, institutions, culture et économie) qui ont une influence sur les différentes formes de disparité, de discrimination, et de trajectoire de carrière (Syed et Özbilgin, 2009). Toutefois, la législation nationale est l'un des facteurs qui influencent l'état de diversité dans les organisations au niveau macro. En particulier dans les sociétés culturellement diversifiées, les institutions sociopolitiques et les

institutions juridiques jouent un rôle fondamental dans les approches organisationnelles en vue de diversifier l'égalité des chances et la justice sociale.

Par ailleurs, une bonne partie de la littérature a accordé une attention récente aux variables au niveau macro, spécifiquement, les différences de taux d'activité entrepreneuriale dans les différents pays. L'enquête GEM demeure l'étude la plus importante au monde. Reynolds et al., (2003) suggèrent que les taux de création d'entreprises dépendent des caractéristiques structurelles dans chaque pays.

Aussi, Baughn et al., (2006) notent que le niveau d'activité entrepreneuriale peut être considéré comme une résultante de l'environnement économique, socioculturel et juridique de pays. De même, Verheul et al. (2006) ont examiné les déterminants macros de l'entrepreneuriat, en incluant les variables suivantes: le développement technologique, les facteurs économiques, les facteurs démographiques, l'intervention gouvernementale et les facteurs culturels.

Dans le même contexte, Arenius et Minniti (2005) proposent de regrouper en deux catégories les facteurs qui influencent l'entrepreneuriat au niveau macro: les facteurs socio-économiques et les facteurs contextuels, puis de les combiner avec les facteurs de perception au niveau micro. De leur part, Thornton,(1999); Verheul et al., (2002); Wennekers et al,(2002) présentent à l'aide des modèles sociologiques et économiques d'entrepreneuriat, un certain nombre de variables d'offre et de demande capables d'influencer l'entrepreneuriat au niveau macro.

## **2. Les modèles macros**

### **2.1. Les facteurs de demande et les facteurs d'offre**

Le niveau d'entrepreneuriat dans un pays peut être expliqué par une distinction entre deux côté d'entrepreneuriat: le côté de demande et le côté d'offre (Blanchflower, 2000; Storey, 1994). Ainsi, cette distinction est d'usage pour expliquer le niveau d'entrepreneuriat (Blanchflower 2000).

Selon la théorie de l'offre et de la demande d'entrepreneuriat, les différents niveaux du taux d'entrepreneuriat dans les pays et dans les régions sont expliqués par des effets inégaux de facteurs principaux du côté de l'offre ou de la demande (Verheul et al., 2002). Par conséquent, une analyse combinant les principaux facteurs d'entrepreneuriat aux niveaux

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

macro et micro doivent être conduits, si nous voulons véritablement mesurer plus efficacement l'intensité et le niveau d'entrepreneuriat au sein des pays et des régions.

Il est à signaler que cette analyse du côté d'offre et de demande est très connue sous l'appellation: facteurs push et facteurs pull (Vivarelli, 1991). Le côté demande de l'analyse crée des opportunités entrepreneuriales à travers la demande des biens et services, alors que le côté offre de l'analyse introduit des entrepreneurs potentiels qui saisissent les opportunités du marché.

Bosma et al., (1999) montrent que le niveau d'entrepreneuriat dans un pays donné peut être expliqué par la distinction entre le côté de l'entrepreneuriat d'offre (en perspective du marché du travail) et le côté de l'entrepreneuriat de demande (en perspective du marché des produits). Autrement dit, les facteurs liés à la demande conduisent à la création des opportunités entrepreneuriales et les facteurs d'offre déterminent les caractéristiques individuelles des entrepreneurs (potentiels).

En d'autres termes, les facteurs push représentent le développement technologique, la composante structurelle de l'économie, la régulation gouvernementale, et le degré de développement. Les facteurs pull sont déterminés par les caractéristiques démographiques, le niveau de revenu, le niveau d'apprentissage, le niveau du chômage, et le cadre culturel et institutionnel.

À cet égard, le côté de demande présente des opportunités entrepreneuriales de points de vue des consommateurs et des entreprises. La diversité de la demande des consommateurs est importante, plus elle est diversifiée, plus les perspectives d'entrepreneurs potentiels s'élargissent. De point de vue d'entreprises, l'accent est mis sur la structure industrielle (structure du secteur, l'externalisation, la mise en réseau).

En ce qui concerne le côté d'offre, il est dominé par les caractéristiques des populations (la composition démographique). Les éléments-clés sont les ressources et les capacités des individus et leurs attitudes envers l'entrepreneuriat, c'est-à-dire les préférences et les perceptions, car l'environnement institutionnel et culturel influent sur le côté d'offre de l'entrepreneuriat.

Il est vrai que la décision entrepreneuriale relative au choix professionnel se prend au niveau individuel. Néanmoins, les facteurs d'offre et de demande se rapportent à un niveau

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

élevé d'agrégation (national). À cet effet, outre les traits de personnalité et les préférences des individus, l'entrepreneur tient compte très souvent des opportunités et des ressources environnementales.

À ce stade, les deux côtés d'offre et de demande créent les conditions nécessaires pour la décision individuelle. Le côté de demande crée des opportunités entrepreneuriales à travers la demande sur le marché des biens et services, tandis que le côté d'offre favorise l'émergence d'entrepreneurs potentiels qui agissent par rapport aux opportunités disponibles sur les marchés.

En gros, les facteurs de demande et d'offre sont des entrées (inputs) pour le choix de la carrière professionnelle. Ainsi, les ressources, les compétences, les caractéristiques de personnalité et les préférences sont les principaux inputs responsables pour évaluer les opportunités entrepreneuriales, et les possibilités d'emploi alternatives.

### **2.2. Des modèles au niveau macro**

Plusieurs modèles étudient la relation entre l'activité entrepreneuriale et les déterminants entrepreneuriaux au niveau macro.

#### **2.2.1. Le modèle éclectique**

Au niveau national, un cadre théorique éclectique a été créé par Verheul et al.,(2002). Ces auteurs reposent sur l'exemple de l'âge d'or en Hollande en 17e siècle et de la première révolution industrielle en Grande-Bretagne pour introduire leur modèle. Ils ont considéré que les principales différences du taux d'entrepreneuriat sont le résultat des conditions économiques et des facteurs culturels.

Pour le contexte économique, plusieurs études indiquent une relation étroite entre les caractéristiques des politiques économiques et le développement de l'entrepreneuriat (Wennekers et al., 2005).

Certes, les facteurs culturels ont été examinés dans la littérature, mais ils sont encore insuffisantes. En effet, il n'y a pas assez de recherches pour les différentes économies dans ce domaine pouvant clairement déterminer le rôle de la culture sur l'entrepreneuriat (Engelen et al., 2009). Toutefois, certaines études soulignent que les valeurs sociales et les croyances peuvent expliquer certaines différences des taux d'entrepreneuriat entre les pays.

### 2.2.2. Le cadre entrepreneurial de Wennekers et al, (2002)

Les auteurs proposent un cadre explicatif de la variation des taux d'entrepreneuriat entre les nations. Leur cadre est influencé par les modèles de l'offre et de la demande dans la mesure où il est fondé sur une littérature économique et sur le modèle éclectique proposé par Verheul, et al (2002). Il repose également sur une analyse nationale qui se rapporte au niveau individuel quand il s'agit du choix de carrière professionnelle des individus.

Ses auteurs soulignent que les facteurs technologiques, économiques et institutionnels jouent des proportions distinctes dans la justification du déclin et du développement en matière de création d'entreprises. Le tableau (10) montre que le taux d'entrepreneuriat influence la performance économique au niveau individuel et national en affectant la richesse des personnes et le développement économique des pays.

**Tableau (10) : un cadre d'entrepreneuriat au niveau macro**

Conditions d'agrégat	Taux d'entrepreneuriat	Performance économique
- Technologique - Economique - Démographique - Culturelle - Institutionnelle	- Naissants - Entreprises - Associés des entreprises	- Richesse personnelle - Rendement de l'entreprise - Croissance économique

Source: Wennekers et al, (2002)

### 2.2.3 Le cadre des normes descriptives.

Dans leur étude transnationale du cadre culturel relatif à l'examen de la relation entre les normes descriptives et l'entrepreneuriat sur un échantillon de 40 nations, Stéphane et al.,(2010) confirment, d'un point de vue institutionnel, qu' il faut tenir compte du contexte situationnel, en plus des variables du côté d'offre, pour la détermination du taux d'entrepreneuriat au niveau national.

En fait, les variables situationnelles renvoient aux variables du côté demande à savoir: l'existence des opportunités entrepreneuriales, (Shane et Venkataraman, 2000), et la qualité des institutions nationales ainsi que les institutions qui visent l'encouragement de l'entrepreneuriat. Les auteurs emploient le concept "conditions du cadre entrepreneurial" pour se référer aux variables situationnelles (CCE).

Les CCE incluent les politiques gouvernementales et les régulations, la qualité de recherche et les activités de développement, les infrastructures physiques et les autres encouragements officiels dédiés aux nouvelles et aux grandes entreprises (Levie & Autio, 2008). À tout moment et par tous les temps, les caractéristiques de l'environnement gouvernemental, social, économique et technologique peuvent créer des opportunités pour l'entrepreneuriat.

Dans la même logique, les conditions des institutions (les institutions nationales et le cadre entrepreneurial) sont perçues comme des déterminants majeurs pour l'émergence des opportunités (Levie et Autio, 2008; Verheul et al., 2002).

### **2.2.4. Le modèle de Ahmad et Hoffman (2007) ou de le modèle de l'OCDE**

Ces chercheurs divisent le processus entrepreneurial selon trois principaux groupes de facteurs se trouvant soit en amont, soit en aval du processus. Il s'agit des déterminants de la performance entrepreneuriale et de l'incidence de cette dernière sur l'économie. En effet, les déterminants se positionnent en amont du processus entrepreneurial.

Ces déterminants touchent autant les règles administratives que l'ensemble des autres facteurs environnementaux, tels que la disponibilité des nouvelles technologies, les capacités des entrepreneurs, les valeurs véhiculées tant sur le plan individuel que sur le plan environnemental, l'accès au financement et les conditions du marché.

Toutes ces variables peuvent être mesurées directement ou indirectement, mais leur importance relative n'est toutefois pas définie dans le modèle. En effet, avec cette lacune, il est impossible de savoir si un territoire donné présente des éléments positifs (par exemple, le capital risque est important ou le système de brevet est développé) et moins négatifs (une taxation directe et indirecte relativement faible). A cet égard, certaines régions qui ont un fort réseau en capital social peuvent compenser le lien faible entre l'entreprise et l'université. C'est avant tout une question de combinaisons optimales, puisque aucun territoire n'est probablement à la fois très riche en éléments positifs et pauvre en éléments négatifs.

### 3. Les mesures de l'entrepreneuriat féminin

#### 3.1. La méthode relative et la méthode absolue

Les chercheurs sont confrontés à des difficultés particulières en ce qui concerne les comparaisons entre les États en matière d'activité entrepreneuriale. De plus, la recherche en entrepreneuriat démontre une insuffisance dans la compatibilité des instruments employés pour la collecte des données (Coviello et Jones, 2004), limitant ainsi la validité des résultats de recherches.

Dans cette logique, il est important pour les gouvernements qu'ils soient très conscients de ce qu'ils veulent atteindre comme objectif (stimuler le nombre de femmes entrepreneurs ou stimuler la composition de l'entrepreneuriat par sexe) pour être en mesure de choisir les meilleures mesures.

Cela montre à quel niveau il est important de faire une distinction entre la mesure de l'entrepreneuriat féminin par rapport à la population active féminine, ou vis-à-vis du nombre total des entrepreneurs. Puisque, les facteurs qui modifient le nombre des femmes entrepreneurs (parmi la population féminine) peuvent être différents de ceux qui modifient la diversité entrepreneuriale (femmes entrepreneurs parmi le total des entrepreneurs) dans un pays.

Par conséquent, il est important d'examiner l'entrepreneuriat féminin à la fois en tant que part de la population et d'une part en tant qu'un nombre total des entrepreneurs. Les décideurs politiques peuvent, soit augmenter la croissance, soit augmenter la diversité, et à partir de là des mesures particulières peuvent être mises en œuvre dans ce sens.

D'une part, il est renvoyé à la méthode absolue si l'entrepreneuriat féminin est mesuré par rapport à la part des femmes parmi le nombre total des entrepreneurs et, d'autre part, il est renvoyé à la méthode relative si l'entrepreneuriat féminin est mesuré par rapport au nombre total des entrepreneurs. De ce fait, les femmes entrepreneurs ne sont pas seulement importantes en raison de leur nombre, mais aussi en raison de leur contribution à la diversité de l'entrepreneuriat dans l'économie.

À ce niveau, il convient de définir une entreprise appartenant aux femmes. Selon la loi américaine "Women's Business Ownership Act" une telle entreprise se définit " comme une entreprise détenant par une ou plusieurs femmes disposant d'un capital minimal de 51%, et

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

qui la contrôle (ent) et l'exploite (ent). "Contrôler" signifie ici le pouvoir de prendre des décisions et "exploiter" signifie participer à la gestion journalière de l'entreprise (Simavi et al.,2010) .

Cette définition plus stricte si avait été utilisée dans notre enquête pratique, le nombre d'entreprises auraient été beaucoup plus faibles.

### 3.2. Bases de données de l'entrepreneuriat

Selon Marcotte (2013), à l'exception des enquêtes GEM, il existe dans la dernière décennie d'autres bases de données créées par des chercheurs telles que la base de données EIM Compendia (Van Stel, 2005) et l'Indice Global Entrepreneurship de GEINDEX (Acs et Szerb, 2009), et par des organisations internationales telles que l'WBGES en 2010 et l'OCDE-Eurostat en 2009.

Elle s'ajoute à cela, la base de Doing Business de la Banque Mondiale. La plupart de ces bases de données tentent de quantifier l'aspect dynamique de l'entrepreneuriat, tel que la création de nouvelles entreprises ou l'aspect statique tel que la propriété des entreprises.

**Tableau (11): les principaux indices d'entrepreneuriat**

Bases de données/ indices	Niveau de mesure	
Global Entrepreneurship Monitor	-Pour la plupart, le niveau individuel -Rarement le niveau Miso.	-l'activité des entrepreneurs naissants, les nouvelles entreprises, et les entreprises établis
EIM COMPENDIA	Micro	- Entreprises nouvelles et entreprises établi.
l'enquête d'entrepreneuriat de groupe de la Banque Mondiale	Miso	-Densité des entreprises totales – Densité des nouvelles entreprises – Taux d'entrée
GEINDEX	Micro,Miso,et macro institutionnel	– Attitudes – Activité – Aspiration
OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicator Programme	Micro,Miso,et macro institutionnel	- Determinants: R&D, institutions, culture – Performance – Impact

Source: établi par l'étudiant

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Certains indicateurs utilisés par GEINDEX sont utilisés pour mesurer la «qualité» et le contexte de l'activité entrepreneuriale des pays. Les indicateurs de l'Organisation de Coopération et de Développement Economique sont employés pour intégrer les déterminants et les effets de l'entrepreneuriat.

Marcotte (2013) explique que les fondements conceptuels des indices sont faiblement élaborés, à l'exception de ceux de GEM et de l'OCDE. De toute évidence, la priorité des développeurs d'indices semble être la recherche des indicateurs pour initier des comparaisons entre les pays.

### **3.2.1. GEM**

Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) conduit annuellement une enquête internationale sur l'entrepreneuriat, cette enquête demeure la plus importante dans le monde en matière des données collectées sur l'entrepreneuriat. Ces données permettent de mener des comparaisons internationales.

Le GEM définit les personnes qui sont entrepreneurialement actifs comme des adultes dans un processus de création d'entreprises dont ils envisagent d'être propriétaires (partiellement) ou ils possèdent déjà et gèrent une jeune entreprise. Cette définition des entrepreneurs dont les entreprises peuvent avoir un impact élevé sur le marché est dérivée de la littérature. En effet, elle est conforme à la vision de Joseph Schumpeter. Il convient de noter que l'approche de collecte des données servant de distinguer entre la création d'entreprises motivée par nécessité de celle motivée par opportunité incarne l'approche de Israel Kirzner.

### **3.2.2. EIM COMPENDIA**

Une base de données appelée COMPEDIA (L'entrepreneuriat comparatif de données pour l'analyse internationale) a été créée par des chercheurs de l'entreprise EIM et du Groupe de la Politique de Recherche aux Pays-Bas (Van Stel, 2005). Cette base repose sur les statistiques de la force de travail de l'OCDE et les statistiques nationales.

Chaque année, la base publie des données nouvelles et harmonisées relatives aux petites entreprises et au pourcentage des propriétaires d'entreprises parmi la population active globale dans 30 pays de l'OCDE.

### 3.2.3. L'enquête d'entrepreneuriat de la Banque Mondiale

La base de données de l'entrepreneuriat développée par le groupe de la Banque Mondiale comprend seulement les sociétés à responsabilité limitée (SARL). La définition de l'entrepreneuriat qui couvre l'indice est la suivante: « Les activités d'un individu ou d'un groupe visant à entreprendre des activités économiques dans le secteur formel sous une forme juridique d'une entreprise» (Klapper et al., 2007).

Ce qui rend cette base de données très intéressante pour la comparaison entre nations est le fait que son échantillon comporte des pays développés et des PVD. Les estimations les plus importantes sont: la densité totale des entreprises et le taux d'entrée.

La densité totale des entreprises correspond au nombre des entreprises annuellement enregistrés sous forme des entreprises à responsabilité limitée. Un indicateur est calculé par rapport à la population active de chaque pays.

Le taux d'entrée représente des entreprises à responsabilité limitée nouvellement inscrites comme un pourcentage par rapport au total des entreprises enregistrées dans l'année précédente.

### 3.2.4. L'indice global d'entrepreneuriat

Récemment, Acs et Szerb (2009) ont créé le « Global Index Entrepreneurship" (GEINDEX) qui intègre plusieurs variables aux niveaux individuel et institutionnel. Les données sont collectées auprès de 64 pays, ceci est considéré comme une source importante de données. Sur 31 variables, 17 sont inspirées de l'enquête GEM. Les autres variables (indicateurs) sont fournies par des bases de données élaborées par des organisations internationales telles que l'UNESCO et l'Organisation des Nations Unies. Acs et Szerb (2009) définissent l'entrepreneuriat comme " *l'interaction dynamique des attitudes, de l'activité et de l'aspiration entrepreneuriale qui varient selon les stades de développement économique*".

### 3.2.5. Le programme d'indicateurs de l'entrepreneuriat Eurostat-OCDE.

Une combinaison des données sur la création des entreprises, l'innovation et la croissance est le focus de l'OCDE à travers son programme entrepreneurial Eurostat-OCDE. L'approche adoptée est fondée sur la situation économique et la l'innovation entrepreneuriale: « L'activité entrepreneuriale est une initiation humaine qui vise la production de valeur grâce

à la création nouvelle ou à l'expansion d'une activité économique existant, en identifiant et exploitant de nouveaux produits, procédés ou marchés » OECD (2016).

### **3.2.6. Doing Business**

Les données de cette base sont relatives au nombre d'entrée des nouvelles entreprises à responsabilité limitée. Le volume d'entreprises est calculé par le pourcentage des sociétés nouvellement enregistrés par 1 000 personnes en âge de travailler (les 15-64 ans). Selon les rapports annuels de Doing Business de la Banque Mondiale, les unités de mesure sont les entreprises du secteur formel et du secteur privé.

Cette base de données sur l'entrepreneuriat est une source unique pour la comparaison internationale sur l'enregistrement des nouvelles entreprises, elle vise en effet à faciliter une meilleure compréhension de la dynamique des entreprises privées dans le monde entier. Elle mesure la densité de création de nouvelles entreprises et représente le nombre d'entreprises nouvellement enregistrées, dans lesquelles la responsabilité de la propriété est limitée à l'investissement. Son indice est un indicateur intéressant qui quantifie l'impact des changements institutionnels, réglementaires, politiques et macroéconomiques sur l'enregistrement des nouvelles entreprises, une composante vitale de la dynamique du secteur privé.

### **3.3. Le projet GEM, une étude transnationale**

Le projet GEM constitue un outil de recherche important permettant aux chercheurs en entrepreneuriat de résoudre les problèmes liés à la mesure de l'activité entrepreneuriale à travers les pays. Cependant, les mesures utilisées dans ce projet ne sont pas idéales et, comme toute autre mesure, elles peuvent être améliorées.

Cette enquête fournit une base de données très riche. L'un des résultats les plus phares du projet GEM est l'estimation de l'activité entrepreneuriale du pays. L'indice de l'activité totale de l'entrepreneuriat (TEA) est conçu pour surmonter un certain nombre de préoccupations soulevées dans la recherche préalable sur la mesure de l'entrepreneuriat. Selon Gartner et Shane (1995), cet indice est une mesure annuelle adoptée pour capturer l'activité entrepreneuriale et ses effets dans le temps. Le projet GEM est également fondé sur un très grand nombre d'individus adultes dépassant 2 000 personnes par pays.

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

À ce titre, des questions distinctes sont posées pour identifier le statut de la personne dans le processus de création d'entreprises. Il est question de savoir si l'entrepreneur est naissant, ou entrepreneur / gestionnaire d'une nouvelle entreprise. Une personne est dite «entrepreneur naissant» lorsque l'individu se trouve avoir pris des mesures pour créer une nouvelle entreprise dans l'année écoulée, ou bien sa firme n'a pas encore payé des salaires pendant plus de 3 mois.

Les individus qui se considèrent comme des entrepreneurs naissants, propriétaires, ou gestionnaires d'une nouvelle entreprise, sont appelés à un long entretien dont ils répondent à des questions personnelles, et d'autres sur leurs entreprises. Par conséquent, l'indice résultant (TEA) a pour objet d'aborder la question des niveaux d'analyse soulevée par Gartner et Shane (1995), car il permet d'explorer l'individu auto-employeur, ainsi que le processus de création des nouvelles entreprises.

En dépit de sa reconnaissance croissante, le projet GEM n'a pas atteint la pleine reconnaissance de tous les académiciens pour son indice TEA comme un instrument fiable pour mesurer l'entrepreneuriat dans tous les pays. En effet, cet indice reçoit continuellement des reproches notamment pour son côté d'intention entrepreneuriale dans la mesure où il n'y a pas une certitude que l'entrepreneur naissant finit par concrétiser son projet de création d'entreprise (Baumol et al., 2007).

Par ailleurs, une entreprise est considérée comme une nouvelle dans le cas où les salaires étaient payés depuis une période de plus de 3 mois et moins de 42 mois (Reynolds et al., 2002: 38).

Pour les études GEM, l'activité entrepreneuriale des femmes et des hommes est représentée par le taux de l'activité entrepreneuriale femmes et le taux de l'activité entrepreneuriale hommes. Beaucoup d'études macros recourent aux taux de l'activité entrepreneuriale fournie par les différentes éditions du GEM ainsi que des déterminants macroéconomiques provenant des statistiques locales ou internationales dans le but de dégager des conclusions sur les facteurs qui expliquent le taux d'entrepreneuriat des femmes et des hommes dans le monde.

### **Section 2: Les déterminants de genre, économiques et sociaux-démographiques**

Bien que les chercheurs en entrepreneuriat eussent tendance à se mettre d'accord sur les catégories des facteurs influençant l'entrepreneuriat, leurs études empiriques ont cependant conduit à des conclusions différentes et parfois contradictoires.

#### **1. Les déterminants du genre**

Même si le nombre d'études transnationales traitant l'entrepreneuriat féminin dans une dimension macro reste limité, certains résultats dégagés renseignent toutefois que les déterminants qui influencent la création d'entreprises chez les hommes sont eux-mêmes qui affectent les femmes, par contre d'autres dégagent des différences.

En revanche, selon Verheul, et Thurik (2003), les facteurs qui déterminent l'entrepreneuriat féminin et ceux qui déterminent l'entrepreneuriat masculin au niveau macro sont assez similaires. De même, Ahl (2002) souligne que le processus de lancement des entreprises ainsi que l'influence des facteurs environnementaux apparaissent relativement similaires tant pour les hommes que pour les femmes.

En de dehors de quelques exceptions, comme Verheul et al., (2006) et Kobeissi (2010), très peu d'études se sont penchées sur le sujet des facteurs proprement liés aux femmes. Dans leur étude, Verheul et al., (2006) développent une liste de déterminants entrepreneuriaux à partir de trois différents courants de recherches. Deux facteurs qui sont relatifs au genre sont: le programme de congé de maternité et le facteur de participation des femmes à la force de travail. Les deux facteurs manifestent une influence sur le taux de l'activité entrepreneuriale des femmes.

En outre, dans une perspective "genrée" (Kebeissi,2010) examine l'impact des variables de genre sur le niveau d'activité entrepreneuriale des femmes dans 44 pays durant la période 1999-2004. Parmi cinq variables ciblées, l'auteur conclut que le niveau d'instruction féminine, l'étendue des activités économiques des femmes, le ratio des gains des femmes et le taux de fécondité sont statistiquement significatives dans toutes les estimations des deux variables dépendantes. Nous allons nous inspirer plus fortement de ce dernier travail dans la réalisation de notre étude.

### **1.1. L'autonomisation des femmes**

L'autonomie des femmes est facteur qui leur facilite la saisie des opportunités d'affaires offertes dans l'environnement et sur les marchés. Aussi, la protection des femmes par des lois et l'établissement de valeurs, comme la confiance en soi, sont des facteurs cruciaux pour la carrière professionnelle des femmes.

Mais les femmes avec des niveaux élevés d'autonomisation apprécient une meilleure protection de loi, d'égalité d'accès à l'éducation, de décision relative à la planification familiale, et d'emploi (Hosken 1994). Employé pour mesurer le développement humain, l'indice d'inégalités de genre (IIG) signifie que plus la valeur de l'IIG est élevée, plus les disparités entre les femmes et les hommes sont importantes.

### **1.2. Le niveau de scolarité des femmes**

En général, aucune preuve définitive n'existe sur la relation entre l'éducation et l'entrepreneuriat tant pour les hommes que pour les femmes, et la littérature fournit des résultats contradictoires (Blanchflower, 2004). L'éducation procure des qualifications et des qualités nécessaires aux individus pour la création de nouvelles entreprises (Jiménez et al., 2015). La théorie des ressources pour l'auto emploi suggère que l'éducation pourrait aider les femmes en procurant des connaissances et des informations (Taniguchi 2002).

### **1.3. Taux de participation des femmes à la force de travail**

Un taux plus élevé de participation des femmes au marché de travail (nombre d'actifs au sein de la population adulte) est susceptible d'être accompagné d'une diminution du niveau d'entrepreneuriat, du fait que les femmes sont moins susceptibles de devenir des travailleurs autonomes que les hommes (Verheul et Thurik, 2003). Verheul et al., (2006) notent que même si les femmes ont tendance à être des salariées plutôt qu'entrepreneurs, une participation à la force de travail plus élevée des femmes devrait être associée à un taux d'activité entrepreneuriale plus élevé, tout simplement parce que l'offre des femmes travailleuses est plus grande.

### **1.4. Le taux de fertilité**

D'autre part, différentes études indiquent que les femmes ont tendance à se livrer à l'entrepreneuriat afin de réserver plus de temps à leurs enfants (Williams, 2004). Dans leur étude Minniti et Arenius (2003) suggèrent que les pays à faibles revenus avec des taux de

fécondité élevés ont tendance à avoir des niveaux relativement élevés d'entreprises féminines en raison de la flexibilité qu'ils y trouvent à concilier la vie professionnelle et la vie familiale.

### **1.5. L'étendu des activités économiques des femmes**

Les activités économiques des femmes comme l'emploi salarié et l'expérience antérieure ont été prouvés avoir un effet significatif sur leur auto-emploi. A titre d'exemple, entre 1975 et 1990, le taux d'auto-emploi des femmes aux États-Unis a grimpé de 63%. Cette augmentation correspond à l'occupation massive des travailleuses à des postes d'emploi (Taniguchi, 2002).

### **1.6. Le taux du revenu moyen femmes /hommes**

Si des femmes perçoivent qu'elles ne sont pas traitées en matière salariale sur le même pied que leurs collègues hommes, elles se sentent frustrées et quitteraient éventuellement l'environnement du travail, en créant leurs propres entreprises (Hisrich et Brush 1984). Boden (1999) rapporte que l'inégalité en matière de revenu a une influence positive sur la décision de quitter le salariat pour l'auto-emploi chez les femmes.

## **2. Les facteurs macroéconomiques**

Minniti et Naudé (2010) soulignent que l'environnement macro-économique s'avère avoir un impact plus important sur les décisions entrepreneuriales des femmes que sur celles des hommes. Les facteurs macroéconomiques comprennent divers taux nationaux (inflation, croissance, chômage, change, etc.), mais aussi de l'intensité de la concurrence, de l'influence de l'immigration, de l'étendue du secteur public, des possibilités de boycott économique, de l'instabilité politique, de l'évolution de la consommation, de l'accessibilité aux ressources financières et technologiques, et à l'information.

### **2.1. Le marché du travail et le chômage**

Le niveau élevé de chômage peut baisser le niveau de la demande globale sur les produits et services dans certaines régions, réduisant l'objectif de la mise en place des incitations économiques de créer de nouvelles entreprises. De même manière, la majorité des études identifiant des facteurs de création d'entreprises au niveau régional révèlent qu'une région avec un chômage élevé et un secteur de P.M.E peu développé, enregistre un faible niveau de création d'entreprises comparativement à une région où le chômage est plus faible et le secteur des P.M.E est très développé (Noorderhaven et al., 2004).

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

En revanche, lorsque le niveau de chômage est élevé, les individus peuvent être orientés vers l'activité entrepreneuriale. Martinez-Granado (2002) constate que les chômeurs sont vraisemblablement plus intéressés à lancer leurs propres entreprises. En réalité, les opinions portant sur la relation entre le chômage et l'entrepreneuriat sont totalement contradictoires.

De leur part, Lindh et Ohlsson (1996) notent que l'analyse des séries chronologiques se rapportant au chômage manifeste une corrélation positive avec la création de nouvelles entreprises, alors que les études transversales soulignent le contraire.

En conséquence, la relation entre le chômage et l'entrepreneuriat demeure relativement obscure. Au niveau macro, un taux élevé de chômage peu négativement influé sur le niveau d'entrepreneuriat puisque le taux d'échec des entreprises établies remonte proportionnellement avec des revenus faibles (EIM / ENSR, 1996).

En revanche, au niveau individuel, le risque du chômage a probablement un effet positif sur le niveau d'entrepreneuriat à travers la baisse des coûts d'opportunité pour la création des entreprises. Face à des chances faibles d'emploi salarié, les chômeurs n'ont qu'à se lancer dans un processus entrepreneurial (EIM/ENSR, 1996).

Probablement, sur un marché de travail rigide, les femmes les plus talentueuses peuvent être sélectionnées par le marché tandis que les moins talentueuses peuvent opter pour l'autocréation. Cependant, la flexibilité du marché de travail permet à la femme de combiner son emploi et son travail domestique.

Par ailleurs, l'existence d'un emploi partiel encourage les femmes à accéder à l'emploi salarié et les dissuade probablement de penser à la création d'entreprise. En effet, le travail flexible semble influencer négativement sur l'entrepreneuriat féminin.

Pour Minniti (2009), un changement du taux de chômage des femmes entraînera un changement dans les taux d'entrepreneuriat du fait que l'augmentation des chômeuses croit les chances de création d'entreprises, et ces nouvelles entreprises vont elles-mêmes entraîner des impacts négatifs sur les taux futurs de chômage puisqu'elles offriront de nouvelles opportunités d'emploi et de nouveaux marchés (Thurik et al., 2008).

À ce titre, les résultats empiriques démontrent l'importance considérable des femmes entrepreneurs dans la réduction du chômage et de la pauvreté. Dans ce sens, l'exemple de

Grameen Bank au Bangladesh se présente comme une excellente démonstration (voir Yunus, 2007).

### 2.2. Les Marchés de produits et services

Les coûts d'entrée aux marchés de produits ont été également constatés qu'ils ont un effet significatif sur le niveau d'activité entrepreneuriale. En effet, Djankov et al., (2002) mettent en évidence que les disparités des coûts d'entrée ont pour conséquence des différences entre les pays en matière du volume de création d'entreprises.

Fonseca et al., (2001) soulignent que, certes, dans les pays de l'OCDE, moins de personnes deviennent des entrepreneurs du fait que les coûts de démarrage sont plus élevés. En outre, Klapper et al., (2004) constatent à travers un échantillon dans les pays européens que les contraintes bureaucratiques entravent l'entrée des entreprises aux marchés. En revanche, les réglementations de protection des investisseurs en matière de financement et de droit de propriété intellectuelle ont un effet positif sur l'entrée aux marchés.

En outre, la taille du marché et la disponibilité des inputs peuvent stimuler l'activité économique des régions et des pays, car elles permettent de réduire les coûts de transport des entreprises. Cette situation contribuerait fortement à la stimulation de l'activité entrepreneuriale.

D'autres barrières à l'entrée aux marchés telles que les coûts de formation d'entreprises reflètent l'environnement de la régulation et l'environnement des affaires (Gries et Naude, 2009). À vrai dire, elles peuvent réduire le volume des entreprises créées et la croissance des entreprises établies. Concernant le secteur des services, ce dernier est caractérisé par un apport de capital relativement très modeste, ce qui permet ainsi des barrières d'entrée faibles, d'où la création facile des entreprises.

Quant au marché informel, sa taille peut avoir un impact sur l'activité entrepreneuriale des femmes dans la mesure où les individus exerçant des activités clandestines capturent les opportunités disponibles sur les marchés en défaveur des entrepreneurs formels. Toutefois, l'activité informelle apparaît comme une activité facilement accessible aux femmes à la recherche d'emploi puisque l'activité est souvent très près de leurs domiciles. Ceci montre bien que la création d'une entreprise informelle paraît comme une alternative à l'entrepreneuriat formel.

### 2.3. Revenus et PIB par habitant

Les chercheurs en entrepreneuriat s'accordent sur l'existence d'une relation en forme de U entre le niveau d'entrepreneuriat et le revenu par habitant (Carree et al, 2002). Cependant, Noorderhaven et al., (2004) observent qu'avec un niveau élevé de PIB par habitant, il y a une association faible du niveau d'auto-emploi.

En suivant une perspective macro et micro, Tabuenca et al., (2010) utilisent le revenu par habitant et le chômage pour expliquer l'ajustement entre le taux estimé et taux optimal de l'entrepreneuriat à travers des régions espagnoles. Ils ont identifié une relation positive entre le développement économique et l'intensité entrepreneuriale.

En réalité, la nature de l'influence du revenu par tête sur l'entrepreneuriat est complexe et ambiguë. Une augmentation des salaires dissuade les employés à accepter l'idée d'une création d'entreprise. Par conséquent, une augmentation des salaires pourraient négativement affecter l'entrepreneuriat. Encore, indépendamment de la motivation entrepreneuriale, les auteurs McMullen et al., (2008) soulignent une association négative entre le revenu par tête et l'activité entrepreneuriale.

Par ailleurs, dans les pays avec des niveaux élevés de PIB, le secteur entrepreneurial peut prospérer. Il y a plus d'individus qui disposent des ressources requises pour se lancer dans les affaires, ajouté à cela le fait que l'environnement économique facilite l'exploitation des opportunités disponibles (Wennekers et al., 2005).

À cet égard, il est très difficile d'établir un lien de causalité explicite de la relation entre l'activité économique et l'entrepreneuriat féminin. D'une part, le niveau et le type d'activité de l'entrepreneuriat féminin dépendent du niveau du PIB par tête d'un pays, et d'autre part, ils contribuent à la détermination du niveau du bien-être du pays (Minniti et al., 2006).

Par ailleurs, les inégalités et les disparités de revenus poussent les gens ayant des revenus modestes vers l'entrepreneuriat. La ségrégation sur le marché du travail influe probablement sur l'entrepreneuriat féminin plus que sur l'entrepreneuriat masculin. À vrai dire, les femmes ont l'habitude d'être recrutés sur des lieux de travail dont l'espoir de promotion est relativement faible.

### 3. Les facteurs démographiques et sociaux

#### 3.1. Les facteurs démographiques

Les facteurs pull ou bien les facteurs du côté d'offre de l'entrepreneuriat combinent des caractéristiques liées à la population, l'éducation, et la qualité de l'environnement institutionnel. Les facteurs démographiques ont un impact majeur sur l'entrepreneuriat. Verheul et al., (2002) reportent que la croissance de population a un effet positif sur l'entrepreneuriat à long terme.

De même, les pays ayant un taux de population croissant et une force active importante se caractérisent par une part croissante du nombre d'entreprises créées, tandis que les pays avec une faible croissance de population connaissent une part décroissante du nombre d'entreprises créées. De leur part, Reynolds et al., (1999) suggèrent qu'une croissance élevée d'une population augmente à la fois les prévisions futures de la demande des produits et services, et la perception des opportunités d'affaires.

Dans ce contexte, l'influence du facteur de densité de la population sur l'entrepreneuriat est variée. D'une part, les zones urbaines ayant un taux élevé de la densité de population procurent des infrastructures appropriées au développement des entreprises (Storey, 1994).

D'autre part, la densité de la population et l'urbanisation peuvent imposer le maintien de la stratégie des économies d'échelle qui permet aux entreprises de produire plus efficacement en vue de satisfaire la demande des clients, cédant ainsi la pratique de l'activité économique à un nombre limité d'entreprises.

En Suède, Davidsson et al., (1994) montrent que le taux de création de nouvelles entreprises qui dépend des conditions du marché: la taille du marché (mesurée par la taille et la densité démographique); et la croissance du marché, (mesurée par la croissance démographique et l'emploi) ont un impact positif sur la création de nouvelles entreprises.

Concernant l'immigration, elle n'est pas sans effet sur l'entrepreneuriat. L'activité entrepreneuriale varie selon la proportion de la population immigrante dans le pays et aussi parmi les immigrés et les populations d'origine étrangère. Force est de constater qu'il est plus difficile pour un immigré de décrocher un emploi qu'un originaire. Par conséquent, la création d'une entreprise devient pour les immigrés un choix alternatif pour contourner le chômage.

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Quant au niveau éducatif, les acquisitions intellectuelles de la population ont sans doute un impact sur le niveau de création des entreprises. Plus le niveau de scolarité des femmes est élevé, plus elles s'engagent probablement dans la création des entreprises. En fait, l'éducation procure des qualifications et des qualités nécessaires aux individus pour la création de nouvelles entreprises (Levie et Autio, 2008).

De même, l'éducation améliore les compétences individuelles nécessaires au lancement des entreprises (Honig, 2004) et assure des habilités cognitives qui permettent à l'individu d'évaluer les opportunités disponibles sur les marchés (Detienne et Chandler, 2004). En revanche, quelques études récentes indiquent que le niveau d'éducation a un effet négatif sur les activités entrepreneuriales.

Blanchflower et al.,(2001) indiquent que le niveau d'éducation a un effet négatif sur la probabilité du choix individuel de l'auto-emploi. Ils expliquent que les individus hautement formés peuvent ne pas prendre les risques associés à l'entrepreneuriat. Dans le même ordre d'idée, Van Der Sluis et al., (2005) ont conduit une Meta analyse et affirmé que les individus plus formés ont probablement plus de tendance à l'emploi salarié.

Un autre facteur qui semble être crucial est la recomposition de la famille et la relation entre ses divers membres. Aujourd'hui, le noyau familial connaît davantage une transformation profonde. En plus, certains nouveaux phénomènes sociaux sont émergés tels que le retard du mariage des filles, la baisse du taux de natalité et la hausse du taux de divorce. Ces facteurs ne font qu'accentuer les demandes d'emplois au milieu des femmes. Par ailleurs, les parents (hommes et femmes) ont fortement tendance à travailler comme des salariés (revenus stables) au lieu d'être des créateurs d'entreprises.

### **3.2. Les facteurs sociaux**

Plus récemment, les économistes ont commencé à reconnaître que les interactions sociales peuvent influencer sur les choix économiques. Effectivement, ces facteurs peuvent influencer sur le choix de la carrière professionnelle. Les interactions sociales sont importantes pour plusieurs raisons.

D'abord, elles peuvent affecter le stock des connaissances disponibles dans une communauté à travers les échanges des expériences entre les membres de la même communauté. Par conséquent, les individus deviennent plus productifs et aspirent à devenir entrepreneurs.

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

Ce raisonnement peut être appliqué facilement pour le choix professionnel et en particulier pour la décision de devenir entrepreneur. Landier (2001) fait un premier pas dans ce sens. Pour expliquer les différences considérables entre les États-Unis et l'Europe en matière de l'activité entrepreneuriale, il a modélisé le niveau de perception de l'échec au sein du pays.

Pour certains pays, l'échec entrepreneurial est condamné, puisqu'il est considéré comme une honte et ses auteurs comme des incompetents. Au contraire, d'autres ne le perçoivent pas de cet œil. À leur avis, l'échec entrepreneurial n'est pas une honte et les individus défaillants sont considérés comme des malchanceux.

Afin de ne pas être perçu comme incompetents par la communauté, les individus peuvent prendre des décisions prudentes au regard des projets. Ainsi, ils peuvent être moins entrepreneuriaux et abandonnent les projets de grande productivité en recourant à des projets de tailles faibles.

Manifestement, cette situation n'a pas lieu d'être dans les pays où l'échec est synonyme de malchance. Les entrepreneurs qui échouent peuvent renouer avec de nouveaux projets et trouver plus facilement des fonds pour redémarrer une activité.

Les interactions sociales peuvent apparaître importantes, car elles créent des normes sociales. Les normes sociales tirent leur intérêt du fait qu'elles affectent le statut des différentes professions. Les personnes décident parfois de devenir entrepreneurs suite à l'influence des caractéristiques entrepreneuriales de la communauté. Spécifiquement, certaines régions pourraient encourager l'entrepreneuriat par l'octroi des facilitations d'accès aux ressources financières.

Dans le même contexte, il existe des résultats empiriques qui montrent que les normes sociales sont très importantes pour la création des entreprises. Certaines études ont analysé l'effet du cadre familial sur la décision de devenir travailleur autonome. La conclusion est que les individus disposant de parents entrepreneurs sont plus susceptibles de devenir des entrepreneurs dans le futur. Cette corrélation peut être due au fait que les individus partagent les mêmes préférences pour l'auto-emploi. Aussi, les parents entrepreneurs peuvent transmettre des compétences et des aspects de leur capital humain.

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Selon la théorie des économies d'agglomération, nous considérons que l'activité entrepreneuriale est concentrée plus dans les zones présentant certains avantages régionaux spécifiques. Ainsi, ces régions peuvent y avoir des incidences sur les connaissances et le savoir-faire des individus.

À cet effet, la productivité individuelle des employés peut être plus élevée dans les zones où le capital humain est plus concentré (Glaeser et al, 1992). Par contre, dans un climat institutionnel démotivant, les réseaux sociaux peuvent jouer un rôle important pour surmonter les obstacles de démarrage des firmes. À titre d'exemple, en Iran, une étude auprès des femmes diplômées montre que parmi les quatre groupes de facteurs environnementaux dégagés (facteurs socioculturels, économiques, codes et politiques du gouvernement et réseaux entrepreneuriaux), seuls les réseaux entrepreneuriaux favorisent l'entrepreneuriat féminin.

Bref, les tentatives d'établir un lien statistique entre l'entrepreneuriat et le développement socio-économique se heurtent à plusieurs difficultés réelles et méthodologiques qui ne permettent pas nécessairement de refléter le caractère multidimensionnel de l'entrepreneuriat. Cela explique ainsi certains résultats opposés liés à la relation de cause à effet entre l'entrepreneuriat et des facteurs explicatifs (Van Praag et al., 2007).

### **Section 3: Les facteurs institutionnels, technologiques et culturels**

#### **1. Les facteurs politiques et technologiques**

##### **1.1. Les facteurs politiques**

L'environnement institutionnel d'un pays se définit comme l'ensemble des institutions qui ont été établies et exploitées dans un pays au fil des ans et transmises aux entreprises à travers des individus (Kostova, 1997).

##### **1.1.1. La transition politique et économique**

La structure économique des pays en transition est différente de celle des pays capitalistes. Les premiers favorisent les économies d'échelles et négligent le potentiel des petites entreprises. Ainsi, l'entrepreneuriat s'y retrouve moins apprécié.

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Friederike et al, (2004) suggèrent que les entreprises appartenant aux femmes sont d'une importance particulière dans un contexte de transition politique pour diverses raisons. D'abord, elles ont fréquemment tendance à recruter des femmes, ce qui contribue à réduire l'effet de la discrimination contre les femmes sur le marché du travail.

D'autre part, en réduisant la proportion des femmes chômeuses, les PME appartenant aux femmes peuvent être d'un grand support pour lutter contre le trafic des femmes, un phénomène très préoccupant dans de nombreux pays. Troisièmement, les femmes propriétaires d'entreprise peuvent servir de modèles pour les jeunes générations qui cherchent de nouvelles opportunités d'emploi.

De plus, en encourageant les femmes potentiellement entrepreneurs à créer des entreprises, le processus de transition pourrait être plus rapide grâce à l'augmentation des capacités d'innovation et de développement du secteur privé.

Il convient de noter aussi que dans les pays en transition, l'impact de la mondialisation sur le niveau d'entrepreneuriat n'est pas encore assez clair, il peut être à la fois positif ou négatif. La mondialisation implique l'intégration des marchés mondiaux qui conduisent au démantèlement des barrières au commerce extérieur.

Les barrières douanières permettent à leur tour de créer de nouvelles opportunités pour toutes les entreprises, qu'elles soient grandes ou petites. Une augmentation de la concurrence sur les marchés internationaux peut avoir un impact négatif sur les taux de survie et de création des entreprises.

### **1.1.2. L'immigration**

Le nombre d'immigrants dans un pays peut avoir un effet direct ou indirect sur le niveau d'entrepreneuriat dans un pays donné. Indirectement, l'immigration est supposée avoir des conséquences à la fois sur la croissance de la population et la composante d'âge puisque les familles d'immigrants ont généralement une structure d'âge plus jeune et disposent plus d'enfants. Cela peut être dû en partie aux valeurs religieuses et culturelles.

À côté de l'impact indirect, l'immigration peut aussi avoir un effet direct sur le nombre de travailleurs indépendants et des entrepreneurs en raison de la croissance démographique de la population suite à l'arrivée des immigrants. (Borooah et Hart, 1999).

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Les moyens et les capacités de devenir créateur d'entreprise diffèrent entre un autochtone et un immigrant. L'immigration est par excellence un phénomène risqué (une action risquée). C'est exactement ce qui est recommandé aux entrepreneurs, c'est la prise de risque maîtrisée.

Les immigrants sont parfois mieux placés et ayant des attitudes appropriées pour démarrer des entreprises. En revanche, les activités entrepreneuriales des immigrants peuvent être stimulés ou entravés par des facteurs spécifiques qui ne sont pas applicables aux personnes autochtones (EIM / ENSR, 1993).

Dans une étude réalisée par Clark et Drinkwater (2000), il est cependant conclu que les immigrants récents sont moins susceptibles d'être des entrepreneurs puisqu'ils ont des difficultés de langue dans le pays d'accueil. En outre, les immigrants peuvent être moins entrepreneurs puisqu'ils rencontrent plus d'obstacles dans la constitution de nouvelles entreprises et ont plus de difficultés à surmonter les obstacles rencontrés lors du processus de démarrage. Souvent, ils ne sont pas familiers avec les procédures du lancement des entreprises, ou parce que la démarche qui leur est appliquée est contraignante.

Il y a également le manque de confiance d'un partenariat avec les opérateurs locaux, tels que les investisseurs et les fournisseurs, qui considèrent que le manque de connaissances du marché local, de la langue et des coutumes sont des facteurs qui représentent pour les immigrants un handicap majeur pour les affaires.

### **1.1.3. Promotion des zones géographiques**

En général, il existe des différences entre les régions du même pays en matière de développement économique, du niveau de vie, et de la situation d'emploi (EIM / ENSR, 1997). À cet égard, les gouvernements peuvent engager des mesures en faveur des zones moins développées en stimulant la création des entreprises. Afin de promouvoir l'activité entrepreneuriale dans ces zones «sous-développées» - des zones rurales très souvent - les politiques gouvernementales pourraient se concentrer sur le développement et le maintien des infrastructures les plus nécessaires.

En outre, les entreprises peuvent bénéficier d'aides financières, c'est-à-dire, des subventions et des prêts, lorsque elles investissent ou basculent vers des zones moins développées. D'autre part, si les zones urbaines attirent généralement plus d'entreprises parce

qu'elles accueillent sur leur sol beaucoup plus de sociétés et d'institutions financières, consultatives et éducatives.

À ce titre, Verheul et al, (2002) reportent que l'encouragement de l'émergence des entreprises dans les zones rurales est possible d'être bénéfique pour les PME du fait que les entreprises ont tendance à dégager des résultats meilleurs que celles situées dans des zones urbaines (Curran et Storey, 1993).

### 1.2. Facteurs technologiques

Etre diplômé, dynamique, débrouillard sont certes des qualités utiles mais pas suffisantes pour monter un projet, le promoteur a souvent tendance à maîtriser plus la technologie liée à son métier que la gestion de son entreprise. Les nouvelles technologies ont ainsi un potentiel déterminant sur le développement des produits nouveaux et de la création d'opportunités.

Dans la plupart des économies, on s'aperçoit dans la littérature de différences entre les deux sexes. Les femmes sont, en général, sous-représentées dans les filières scientifiques et techniques, et en surnombre dans les filières littéraires. Il est donc logique que les entreprises fondées sur des innovations technologiques sont plus gérées par des hommes sur l'échelle mondiale.

Le développement technologique affecte en deux manières le niveau de l'activité entrepreneuriale. D'une part, le développement technologique semble favoriser la production à petite échelle au moyen d'équipements moins coûteux, de la baisse du niveau total des salaires, et de la spécialité flexible (Loveman et Sengenberger, 1991).

Casson (1995) considère que le développement technologique assure une réallocation des ressources vers de nouveaux produits, créant ainsi une demande massive sur l'entrepreneuriat. Par ailleurs, le développement technologique peut créer des barrières à l'entrée pour les nouvelles entreprises en raison des coûts élevés de recherche et de développement (EIM/ENSR, 1993 et 1996).

Dans la perspective de cette relation positive, le développement économique est souvent accompagné de l'émergence de nouvelles industries puisque l'amélioration de la richesse personnelle provoque des besoins nouveaux chez les consommateurs. Ainsi,

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

l'accroissement de la demande sur des biens et services est une meilleure occasion pour les petites entités qui sont bien équipés pour fournir des produits nouveaux et plus spécialisés.

À ce titre, les petites entreprises ont relativement un avantage innovant dans les industries de technologie de pointe (Acs et Audretsch, 1988), et sont bien équipées pour accomplir des avancées technologiques. À cet égard, beaucoup de nouvelles entreprises ou de start-up créées évoluent dans des secteurs de haute technologie, tels que l'informatique et la biotechnologie (OCDE, 1998).

À ce stade, une relation à double sens est supposée entre le progrès technologique et l'entrepreneuriat. D'une part, le développement technologique est souvent considéré comme la force motrice pour la demande de l'entrepreneuriat (Wennekers et Thurik, 1999). D'autre part, les petites entreprises devraient jouer un rôle important dans le développement et l'expansion de l'innovation (OCDE, 1996). Comme un déterminant d'entrepreneuriat, le développement technologique est supposé s'ajouter à d'autres facteurs du côté demande pour influencer la création de nouvelles entreprises.

Il est très remarquable que les coûts de transfert de l'information à travers les régions géographiques aient considérablement diminué et le progrès de la technologie d'information a créé un meilleur accès aux outils d'information et de communication qui peuvent faciliter le fonctionnement et renforcer la compétitivité des petites entreprises établies. Les informations peuvent être transférées par e-mail, fax ou cyberspace.

En conséquence, la coordination fondée sur le marché est moins chère par rapport à la coordination interne, conduisant à la réduction de la taille de l'entreprise et à la diversification (Jovanovic, 1993). En outre, le progrès technologique a provoqué un basculement des ressources vers de nouveaux produits, ce qui a entraîné à son tour une demande plus massive sur l'entrepreneuriat (Casson, 1995).

Aujourd'hui, le développement technologique conduit à plus de dynamisme dans l'économie qui peut être exprimé par un raccourcissement dans la durée de vie des produits. Par ailleurs, le dynamisme économique comporte des risques qui peuvent être mieux absorbés par les petites entreprises qui s'adaptent plus facilement aux nouvelles situations plus que les grandes entreprises.

En revanche, à côté des effets positifs de l'évolution technologique sur le niveau d'entrepreneuriat, des effets négatifs peuvent être discutés. En effet, le développement

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

technologique peut créer des barrières à l'entrée pour les nouvelles entreprises, en raison des coûts élevés des recherches et de développement (EIM / ENSR, 1993 et 1996).

Aussi, il peut avoir un impact sur le niveau d'entrepreneuriat indirectement par le biais de la mondialisation. Le développement technologique a donné lieu à l'échange d'informations et de communication sans frontières et sans contrôle qui peuvent parfois affecter même la diversité et la compétitivité des PME.

Un facteur qui pourrait affecter négativement ou positivement l'entrepreneuriat féminin est l'utilisation de la technologie. Du fait de la révolution technologique de l'information et de l'utilisation de l'internet, il est difficile pour des entreprises dirigées par les femmes de rivaliser dans un monde de connaissances très avancé, si elles sont incapables de maîtriser les technologies d'information. Dechant et Al-Lamky (2005) ont constaté dans son étude que les femmes entrepreneurs des pays arabes n'avaient pas fait usage de la technologie d'information.

### 2. Les facteurs réglementaires

L'environnement institutionnel d'un pays est défini comme étant l'ensemble des institutions établies et exploitées dans un pays. North (1990) fait une distinction remarquable entre les institutions formelles et les institutions informelles. Il considère les institutions formelles telles que les lois comme des règles de jeu visibles, et catégorise les institutions informelles telles que les normes et les valeurs comme des règles de jeu invisibles.

Table (12) :L'influence Institutionnelle sur l'entrepreneuriat féminin

Institution formelle	Institution Informelle
-L'égalité de sexes reconnue par la loi -la législation du marché de travail -Législation fiscale -Infrastructures de garde d'enfants	-La discrimination contre les femmes dans les lieux de travail -Les attitudes traditionnelles (interdisant certains travaux pour les femmes) -Croyances religieuses -L'entrepreneuriat est considéré comme une activité d'homme -L'attitude de la société envers les femmes et l'emploi -Les valeurs familiales

Source: Welter et al. (2003)

Friederike et al. (2003) notent que les institutions formelles peuvent créer des opportunités pour l'entrepreneuriat, tandis que les institutions informelles peuvent fortement influencer les perceptions des opportunités entrepreneuriales. En ce qui concerne les femmes

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

entrepreneurs, les institutions formelles influencent non seulement la portée de développement de l'entrepreneuriat féminin, mais aussi elles affectent le type et la taille des entreprises créées par les femmes.

Aujourd'hui, une bonne partie des études en entrepreneuriat tente d'identifier les caractéristiques de l'entrepreneur, mais d'autres essaient d'expliquer comment l'environnement institutionnel peut affecter l'entrepreneuriat (régulation gouvernementale et lois).

De nombreux gouvernements ont désormais adopté des objectifs politiques afin d'augmenter le nombre d'entreprises appartenant aux femmes en raison de leur potentiel de croissance économique. Ils emploient l'entrepreneuriat comme instrument pour profiter des emplois, de favoriser la croissance, d'intégrer les femmes au marché de travail formel, de réaliser de plus grandes intégrations sociales, et de réduire la pauvreté.

Les mesures visant à atteindre ces objectifs peuvent se mettre en œuvre par de multiples ministères, y compris ceux qui sont responsables du développement économique, du développement des compétences, du développement social, du développement rural, du commerce, et des affaires féminines.

Cependant, un système de coordination clair peut améliorer l'efficacité de l'utilisation des ressources, le partage des connaissances acquises et l'émergence de recommandations politiques qui répondent aux besoins spécifiques des femmes entrepreneurs.

La création d'une entreprise priverait le porteur d'un projet s'il était salarié des avantages de la sécurité sociale qu'il en avait l'habitude de bénéficier. Le risque de perte de ce droit peut être considéré comme un frein à l'activité entrepreneuriale. À ce titre, Reynold et al, (2002) constatent un rapport négatif entre la sécurité sociale et l'entrepreneuriat féminin.

De son côté, Yueh (2009) explique le cas de l'environnement institutionnel en Chine qui est caractérisé par un système légal inefficace qui fournit une protection limitée à la propriété privée, en fait, il présente des contraintes de crédits pour les entreprises privées et affiche une opacité réglementaire. Dans un climat institutionnel faible, les réseaux sociaux peuvent jouer un rôle important pour surmonter les obstacles observés dans le parcours de démarrage des entreprises.

## Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin

---

Au contraire, une facilitation réglementaire et une réduction en paperasseries administratives accompagnées d'une meilleure protection des droits de créanciers pourraient certainement stimuler l'entrepreneuriat et la croissance des entreprises.

Les mesures juridiques sont l'un des principaux outils aux mains des décideurs pour entraîner un changement social. Outre la réforme juridique, le gouvernement peut intervenir en vue de modifier l'équilibre existant de l'économie, soit par des mesures fiscales soit par un engagement lié directement aux activités commerciales.

La régulation des coûts d'entrée a été montrée pour avoir un effet significatif sur le niveau de l'activité entrepreneuriale. En effet, dans une étude, Djankov et al., (2002) soulignent l'impact de la différence des coûts de démarrage entre les pays sur le taux de création des entreprises. Aussi, Fonseca et al., (2001) montrent que dans les pays de l'OCDE les individus deviennent moins entrepreneurs dans les pays où les coûts de démarrage sont plus élevés.

À cet effet, quand un environnement économique est propice aux affaires, il y a certainement derrière des mesures d'accompagnement réglementaires qui soutiennent l'action entrepreneuriale. À titre d'exemple, si le taux d'imposition des bénéficiaires est attractif, le secteur d'entrepreneuriat aspire éventuellement une meilleure prospérité.

Néanmoins, les travaux de Acs et coll. (1995) ont montré que la fiscalité aurait peu d'effet sur la création d'entreprises et ainsi sur le dynamisme économique d'une région, puisque les petites entreprises jouent sur les dépenses pour diminuer leurs profits, surtout parce qu'elles font généralement très peu de profits dans les premières années. De même, Kihlstrom et Laffont (1983) montrent que l'augmentation des taxes ne conduit pas nécessairement à la réduction de l'activité entrepreneuriale, comme il suggère le bon sens.

L'augmentation du taux de la taxe marginale sur les revenus de capital pousse les investisseurs à devenir moins frileux aux risques. Même si des taux d'imposition remontent aussi sur les autres sources de revenus, les individus tendent à être dans l'entrepreneuriat. Par conséquent, dans la mesure où les taxes élevées sur les revenus de capital peuvent rendre les individus moins frileux, le volume de création d'entreprises se dirigera vers la hausse.

À l'opposée, plusieurs études empiriques confirment une relation négative entre les impôts et le niveau d'entrepreneuriat. Une pression fiscale forte a pour corollaire la réduction des aventures entrepreneuriales. En utilisant des données américaines, Schuetze et Bruce,

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

(2004) montrent que les individus vont choisir la création des entreprises si leurs revenus sont moins taxés que les bénéficiaires des sociétés. Dans le même ordre d'idée, Henriquez et al, (2001) argumentent que des impôts élevés sont négativement corrélés avec le niveau d'entrepreneuriat.

De sa part, Henrekson (2005) montre qu'à des taux élevés de taxes personnelles, ce fait réduit les revenus disponibles et décourage la provision du marché en biens et services. En effet, des impôts très élevés réduisent les profits des entreprises et peuvent être un enjeu à la création de nouvelles firmes. De même, un niveau élevé d'imposition conduit à la fraude et à l'évasion fiscale, une pratique très courante est le commerce informel.

En fin, les pays qui jouissent d'un environnement réglementaire favorable aux affaires ont généralement une part de marché informel très faible et une fluidité dans la création des entreprises. Ce climat appréciable à l'investissement va encourager la croissance globale dans le pays (Djankov et al., 2006). Plusieurs facteurs tels que la justice des régimes juridiques et réglementaires, les coûts très bas du processus d'immatriculation des entreprises, la souplesse de la réglementation du travail et la fiscalité favorable aux entreprises sont de bons exemples des déterminants qui pourraient booster l'émergence des nouvelles entreprises.

### **3. Les facteurs culturels**

#### **3.1. Les dimensions de la culture**

Pour montrer l'effet des barrières culturelles sur les économies des pays, plusieurs recherches ont été menées, comme les études du psychologue Hofstede (1980, 1994, 2001) qui a étudié l'effet de la culture nationale sur l'entrepreneuriat. Hofstede propose une taxonomie qui identifie cinq dimensions d'une culture nationale expliquant le comportement des individus dans un milieu de travail : une forte ou une faible distance hiérarchique (distance au pouvoir), un individualisme ou un collectivisme, une masculinité ou une féminité, une forte ou une faible maîtrise de l'incertitude, et enfin une orientation à long ou à court terme.

Hayton et al., (2002) soulignent que l'avantage de la taxonomie d'Hofstede est le fait qu'elle permet d'agréger plusieurs composantes qui traitent les attitudes caractérisant l'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial telles que l'individualisme qui peut être rapproché de l'innovation, l'incertitude traitant la prise de risque, et la masculinité se référant au lieu du contrôle, etc.

Une autre étude importante est l'étude de GLOBE des cultures nationales. Cette étude a identifié neuf dimensions de la culture. Elles ont été mesurées sous forme de pratiques sociétales (comme les choses sont) et les valeurs sociales (comme les choses devraient être).

La culture fait partie des institutions informelles, elle exprime les habitudes et les répétitions des comportements communs de la population, connues chez les théoriciens par le code de conduite (North, 1991).

### 3.2. Les normes et les valeurs culturelles

D'une façon générale, les institutions peuvent être publiques ou privées (Ingram et Silverman, 2002). Les institutions publiques peuvent comprendre les lois, les règlements et les codes des impôts alors que les institutions privées comprennent les normes sociales, les normes culturelles, les attentes et les croyances. Une séparation claire entre les deux semble être difficile à s'opérer, car elles sont interdépendantes et évoluent souvent simultanément.

La revue de la littérature souligne deux approches alternatives de l'étude de la culture nationale: les valeurs et les normes descriptives (Hofstede, 2001; House et al., 2004). La perspective des valeurs est l'approche la plus dominante dans les recherches sur le commerce international et la culture entre pays (Shteynberg et al., 2009). Également, elle sert à la mesure des taux d'entrepreneuriat (Uhlener & Thurik, 2007).

La perspective des valeurs remonte à la thèse de Weber, selon laquelle les valeurs protestantes stimulent les compétences entrepreneuriales (Jackman & Miller, 1998). Récemment, selon la perspective des traits agrégés, les sociétés ayant plus d'individualistes jouissent d'une large capacité d'entrepreneurs potentiels, et par conséquent, un taux élevé d'entrepreneuriat (Hayton et al., 2002). Pour mesurer les valeurs, la culture nationale est typiquement présentée par la valeur moyenne des scores agrégés de préférences et désires des répondants d'un pays donnée (Hofstede, 2001).

Dans la littérature psychologique internationale, les normes culturelles descriptives sont connues dans le projet GLOBE par les pratiques culturelles descriptives (House et al., 2004). Selon Meek (2012), le concept des normes sociales se définit comme l'ensemble des règles de conduite non écrites d'un groupe (Elster, 1989).

Les différences culturelles entre les pays témoignent que les normes descriptives sont plus appropriées pour expliquer l'impact de la société toute entière. À l'opposé des valeurs, les

normes se réfèrent directement au niveau agrégé (ex: la culture nationale prévoit le niveau du taux d'entrepreneuriat national (Fischer, 2008). Pour mesurer les normes descriptives, les répondants sont interrogés sur la description des comportements typiques existant dans leur culture (Fischer, 2006, 2008; House et al., 2004; Shteynberg et al., 2009).

Selon certains chercheurs, les valeurs peuvent avoir un impact certain sur l'activité entrepreneuriale dans la mesure où les individus n'agissent pas nécessairement en adéquation avec leurs préférences personnelles (e.g. Verplanken & Holland, 2002). En revanche, les normes descriptives exercent une influence normative sur le comportement des individus dans une culture donnée (e.g., Fischer, 2006; Shteynberg et al., 2009).

D'autre part, des controverses sont observées pour les recherches sur l'entrepreneuriat et les valeurs au niveau macro. Si certaines études trouvent que l'individualisme, la faible distance hiérarchique (distance au pouvoir), et la faible maîtrise de l'incertitude sont des facteurs associés à un taux élevé d'entrepreneuriat, d'autres trouvent des résultats opposés (Hayton et al., 2002).

Enfin, les normes et les valeurs culturelles contribuent à façonner la manière dont les individus se lancent dans une démarche entrepreneuriale, et plus particulièrement, elles influencent les intentions des entrepreneurs pour créer des entreprises (Welter et al., 2003).

### **3.3. Conséquences des pratiques culturelles sur le comportement entrepreneurial**

La littérature suggère que la culture peut aider à expliquer les différences économiques entre les pays (Hayton, 2002); (Uhlener et Thurik, 2007). Elle peut être perçue sous diverses formes d'analyse (Hofstede, 2001). Dans leur modèle, Stephan et Uhlener (2010) présentent une nouvelle vision de la définition et de la mesure de l'entrepreneuriat au niveau macro, en employant deux formes des normes descriptives et culturelles.

Bien que les études liées aux normes descriptives soient bien avancées, l'étude de Stephan et Uhlener (2010) est la première de son genre car elle examine l'effet des normes descriptives sur l'entrepreneuriat. Dans cette étude, les auteurs constatent qu'il y a une relation limitée entre les conditions institutionnelles et le taux d'entrepreneuriat, ce qui témoigne que les institutions formelles, à elles seules, ne stimulent pas l'acte entrepreneurial. Par contre, les variables de demande telles que l'existence d'opportunité, ajoutée aux conditions institutionnelles, influent sur le taux d'entrepreneuriat.

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

Par ailleurs, il existe trois approches théoriques établissant un cadre d'analyse pour l'examen des liens éventuels entre les valeurs culturelles et l'entrepreneuriat (Thurik et De Jardin, 2012). D'abord, l'agrégation des traits psychologiques: de nombreuses recherches montrent l'existence d'un lien entre les valeurs et les croyances de l'individu et son comportement. Selon l'approche par l'agrégation des traits psychologiques, plus il y a des individus avec des valeurs entrepreneuriales, plus les activités entrepreneuriales sont élevées (Davidsson, 1995 ; Shane, 1993).

Ensuite, la légitimation sociale ou l'approbation morale: pour cette approche, l'attention doit se focaliser sur l'impact des normes sociales et des institutions sur la société dans son ensemble.

Enfin, l'approche par l'insatisfaction: elle est fondamentalement différente des deux premières. Nous devons comprendre par cette approche que l'explication des différences entrepreneuriales entre les régions tient principalement aux différences de valeurs et de croyances des entrepreneurs.

Cependant, il est soutenu que trois lacunes importantes existent dans la recherche de l'impact de la culture nationale sur l'entrepreneuriat. Premièrement, aucune étude n'a appliqué les techniques multivariées dans l'analyse des liens entre la culture nationale et les comportements entrepreneuriaux individuels. Nous soutenons que l'approche multivariées est la façon la plus appropriée pour tester les effets de la culture nationale sur l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, certaines études sur la culture entrepreneuriale ont examiné l'effet de la culture sur les taux d'entrepreneuriat au niveau national, mais elles ont ignoré un point critique qui n'est autre que l'entrepreneuriat est fondamentalement une initiative au niveau individuel (par exemple l'étude de Stephan & Uhlaner, 2010).

Deuxièmement, nous savons très peu sur la façon dont la culture affecte la prise de décision en matière de répartition des ressources, et son influence sur chaque aspect du processus entrepreneurial.

Troisièmement, à l'exception de Stephan et Uhlaner (2010), aucune étude n'a explicitement exploré l'effet des pratiques culturelles sur l'entrepreneuriat.

### 3.4. L'entrepreneuriat musulman

Dans son ouvrage, *L'entrepreneur musulman : L'islam et la rationalité de l'entreprise*, Tribou (1995) s'inspire du travail de Weber qui porte sur l'influence de la culture protestante pour tester sa thèse sur la religion musulmane. Il dégage des similitudes entre l'Islam et le Protestantisme, puisque les deux religions influencent la constitution de l'esprit d'entrepreneurial.

Gary Tribou défend et soutient l'idée d'un entrepreneur musulman. Celui-ci est non seulement marqué par sa croyance et sa soumission à la toute puissance divine, mais aussi, il est caractérisé par sa liberté, son individualisme et sa rationalité dans la gestion économique du risque et de l'innovation.

Ainsi, la conciliation de l'islam et la rationalité de l'entreprise amènent Wihtol de Wenden à souligner clairement dans la préface de l'ouvrage de Tribou (1995) que : «Certes, certains facteurs culturels paraissent propices à l'esprit d'entreprise : l'Islam favorise ainsi un comportement matérialiste et l'enrichissement y est signe de salut. L'Islam fait une apologie du commerce et il existe une conception islamique du marché. L'Islam a des valeurs éthiques favorables à l'organisation rationnelle de l'entreprise comme l'obéissance au groupe, l'esprit communautaire, le partage des revenus».

Tribou a fait une analyse des textes fondateurs de l'islam, le Coran et la Sunna, et les a comparés à ceux du protestantisme, l'Ancien et le Nouveau Testament, pour découvrir sur la base d'enquêtes, une corrélation significative, entre l'éthique religieuse de l'islam et l'esprit d'entreprise.

Aussi note-il : «Tout cela nous conduit à conclure à l'idée d'entrepreneur musulman c'est-à-dire à un entrepreneur qui trouve dans l'éthique islamique la nourriture spirituelle à son activité économique (alors que l'on aurait très bien pu conclure sur un constat de simple neutralité d'influence entre religion et entreprise »).

Si, comme le soutient Weber, l'éthique protestante imprègne l'éthos de l'entrepreneur puritain et donne un sens et une force à son action, on peut envisager avec les mêmes réserves quant à la pluralité des facteurs de mentalité que l'Islam peut jouer un rôle similaire. Admettre l'idée d'entrepreneur religieux ouvre cependant des perspectives nouvelles qu'il convient d'explorer (Tribou 1995: 209).

## **Chapitre 2 : Les déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin**

---

L'entrepreneur musulman trouve donc dans l'islam les valeurs, le sens et la force qui l'animent, « la nourriture spirituelle à son activité économique » (Tribou, 1995 : 209). En fait, la religion sert à remplir des fonctions bien déterminées : la présentation de significations, le maintien de la cohésion sociale, la légitimation de l'ordre social et la justification en dernière instance (Willaime, 1995).

La religion met fortement l'accent sur les liens sociaux et apporte des significations permettant aux individus d'intégrer la vie sociale, d'inscrire les événements dans un cadre donné et de valider les expériences et les activités sociales. Par son effet unificateur et sa fonction de cimentation, elle assure aussi la cohésion des individus au sein des communautés humaines. C'est peut-être à ce niveau qu'il faut situer la différence entre une communauté plus dynamique et une communauté moins entrepreneuriale.

### **Conclusion du chapitre**

Etant donné le manque d'études sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin au niveau macro, les spécialistes accordent de plus en plus une attention particulière aux variables liées au niveau national.

Il n'en demeure pas moins que les différentes variables au niveau macro sont supposées jouer un rôle fondamental dans le choix de la carrière entrepreneuriale des femmes. Cependant, il est difficile d'évaluer l'entrepreneuriat féminin au niveau national, à cause particulièrement de l'absence des données sur le volume et l'ampleur des activités entrepreneuriales des femmes. Cette action devient plus difficile surtout quand il s'agit de réaliser des comparaisons entre les pays.

## **CHAPITRE 3**

### **Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

### Introduction du chapitre

La recherche concernant les facteurs stimulant l'entrepreneuriat prend très souvent deux formes différentes au niveau micro. La première qui examine les attributs personnels des créateurs d'entreprises a pour objectif de mettre en évidence les caractéristiques qui différencient les créateurs d'entreprises des autres personnes dans la société. Gartner (1989) a constaté que certaines variables psychologiques avaient un effet fort sur l'intention entrepreneuriale telles que le besoin d'accomplissement, la prise de risque, l'ambition et le désir d'indépendance. La deuxième forme correspond aux conditions environnementales qui influent sur le choix entrepreneurial des individus.

À ce stade, ce chapitre examinera les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneurs (facteurs démographiques, traits de personnalité, motivations), et les facteurs environnementaux susceptibles d'influencer leur choix.

### Section 1: Les caractéristiques personnelles:

Les chercheurs examinent traditionnellement les attributs personnels des fondateurs d'entreprises, en mettant en évidence leurs propres différences par rapport aux non entrepreneurs. Gartner (1989) appelle cette étude *l'approche par les traits*. D'autres chercheurs ont pris un chemin différent en se fondant sur des conditions environnementales - *l'approche par les taux*. En fait, les deux approches sont complémentaires, car chacune adopte une tradition différente de recherche en sciences sociales.

Chabaud et Lebegue (2013) qui ont fait un bilan sur l'entrepreneuriat féminin reportent que la recherche sur l'entrepreneuriat féminin a d'abord porté sur les caractéristiques des entrepreneures et leurs motivations (Carter et al., 2001 ; Greene et al., 2003). Plus précisément, il est démontré que les femmes dans le monde entier sont beaucoup moins susceptibles d'être impliquées dans l'entrepreneuriat que les hommes. Cependant, il est encore méconnu si leurs différences sont à l'origine des caractéristiques personnelles ou bien à l'environnement (Minniti et Nardone , 2006).

Toutefois, la majorité des études concluent qu'il n'y a pas de différences significatives entre les hommes et les femmes entrepreneurs (Castro et al., 2013).

En fait, pour les personnes qui désirent lancer des entreprises, leurs caractéristiques personnelles influencent leurs intentions de démarrage d'entreprise. Ces caractéristiques

personnelles peuvent être en l'occurrence l'indépendance, la reconnaissance, les modèles, la réalisation de soi, l'innovation, la stabilité, ou le profit (Shivganesh, 2008,p:212).

À vrai dire, les caractéristiques personnelles telles que les connaissances et le niveau d'éducation, les compétences, les intérêts et les passe-temps sont des facteurs qui pourraient influencer sur les femmes à devenir entrepreneurs.

En outre, la nature de la région de formation et du diplôme universitaire des femmes peuvent influencer sur la décision de devenir entrepreneur. Par ailleurs, Dechant et Al-Lamki (2005) ont souligné que les femmes entrepreneurs sont plus expérimentées dans le domaine d'enseignement, d'administration, des ventes et des services personnels.

#### **1. Facteurs sociodémographiques**

##### **1.1. L'aspect mesurable des facteurs sociodémographiques**

Arenius and Minniti (2005) ont proposé trois groupes associés aux facteurs concernant la décision entrepreneuriale au niveau individuel: les facteurs démographiques et économiques, les facteurs perceptuels et les facteurs socio-environnementaux. Les chercheurs s'accordent sur le fait que les variables démographiques incluent des variables objectivement mesurables telles que l'âge, le niveau d'éducation et le statut au travail.

L'étude de Brush (1992) souligne que les femmes et les hommes entrepreneurs partagent les mêmes facteurs démographiques tels que l'âge, le statut marital, le nombre et la présence des entrepreneurs proches de la famille. Cependant, les deux sexes diffèrent en ce qui concerne les facteurs d'éducation, de performance, d'expérience au travail et de compétences managériales.

Plusieurs variables objectivement mesurables ont été employées dans la littérature pour étudier les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin et leur choix est souvent motivé par la disponibilité des données (Minniti, 2009). Les variables démographiques sont importantes à l'entrepreneuriat féminin et sont plus ou moins associées aux différences de genre au regard du comportement entrepreneurial.

En réalité, la probabilité de devenir entrepreneur varie avec l'âge ( Lévesque et Minniti, 2006) et plus de propriétaires d'entreprises sont plus ou moins dans la catégorie d'âge 25-45 ans ( Reynolds et al, 1999). Etre entrepreneur n'est pas exclusif à un groupe d'âge

spécifique, ce constat a été confirmé par de nombreux travaux de recherche spécialisés (Levesque et Minniti, 2006).

Dans ce contexte, il a été aussi démontré que le rôle des habiletés entrepreneuriales est parmi les déterminants les plus importants de la décision de devenir entrepreneur. Les habiletés entrepreneuriales sont très souvent mesurées par le statut intellectuel et l'expérience professionnelle. Cette dernière peut être une compensation de l'apprentissage et de l'éducation dans les pays en voie de développement (Minniti et Naudé, 2010).

#### **1.2. L'effet des facteurs démographiques sur la décision entrepreneuriale**

Patrick et al, (2016) reportent que d'autres facteurs peuvent différemment affecter les décisions d'auto-emploi des hommes et des femmes. Certainement, les études ont montré que l'éducation et l'expérience augmentent la participation d'auto-emploi chez les hommes et les femmes (Robinson et Sexton 1994; Carr, 1996), cependant, d'autres trouvent des résultats contradictoires. Par exemple, certaines recherches comme celles de Taniguchi (2002) et de Renzulli et al., (2000) concluent que l'éducation n'a pas d'effet sur les taux d'auto-emploi des femmes.

Ces résultats mitigés peuvent avoir pour cause une hétérogénéité des femmes puisque la mise en commun de toutes les femmes, en ignorant le niveau d'éducation et d'expérience peut permettre d'obtenir des impacts variés, ajouté à cela, la différence du statut d'une femme mariée d'une autre non mariée.

En dépit des résultats mitigés de certaines études, Stefanović et Stošić (2012) soulignent que le taux de création d'entreprises en Serbie accroît avec l'âge jusqu'à un certain niveau, après lequel le taux d'auto-crédation commence à reculer en corrélation avec l'évolution de l'âge. D'autre part, Carr (1996) indique que les caractéristiques familiales sont des éléments déclencheurs de l'action entrepreneuriale chez les femmes, alors que les caractéristiques liées au capital humain sont les plus forts éléments déclencheurs de l'action entrepreneuriale chez les hommes.

D'après la littérature, la différence la plus marquante entre les femmes entrepreneurs est l'attention particulière accordée aux caractéristiques familiales, c'est-à-dire, le mariage et les enfants (Patrick et al, 2016). Toutefois, Noseleit, (2014) a utilisé des variables instrumentales pour démontrer qu'avec des enfants supplémentaires, les femmes ont plus de chances de se diriger vers l'auto-emploi.

Bien que les enfants puissent influencer le choix des femmes en basculant du salariat vers l'entrepreneuriat, le problème de fond demeure l'option entre le maintien sur le marché du travail ou l'abandon de poste. D'après l'abondante littérature qui examine l'impact de la fécondité sur le choix professionnel de la femme, les enfants réduisent la participation des femmes à l'emploi de près de 26% (Cristia, 2008).

Vu l'importance des caractéristiques démographiques, l'enquête GEM a inclus dans sa base de données annuelle: l'âge, le sexe, et le revenu. À travers le monde, la tranche d'âge la plus créatrice d'entreprises se positionne entre 25-35 ans. De même, l'enquête GEM a témoigné que l'activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA) est principalement réalisée par des hommes, sans qu'il ait des différences au niveau des caractéristiques individuelles des hommes et des femmes, au sujet des opportunités et des capacités perçues.

Dans le même ordre d'idée, Brush (1992) reconnaît que certaines caractéristiques démographiques des femmes entrepreneurs sont semblables à celles de leurs homologues hommes, telles que l'état matrimonial (femme mariée), l'âge (entre 30-45), et l'ordre de la naissance (première-née de la famille) (Lee, 1996).

## **2. Traits de personnalité**

### **2.1. L'approche par les traits: importance et limites**

En entrepreneuriat, l'approche par les traits est introduite comme une perspective psychologique. À ce stade, les variables de personnalité pourraient jouer un rôle important dans le développement des théories du processus entrepreneurial, y compris dans des aspects tels que l'intention entrepreneuriale, la cognition entrepreneuriale, la reconnaissance d'opportunités, la motivation entrepreneuriale et la survie des entreprises.

Cette approche qui a inspiré beaucoup de recherches avait été très influente dans les années 1980. Elle a pour objet d'étude l'entrepreneur caractérisé par des traits et des dispositions qui influencent et déterminent son comportement entrepreneurial (Gartner, 1989).

Dans les années 70 et 80, les traits psychologiques étaient ancrés dans la recherche sur l'entrepreneuriat. La plupart de ces études n'ont pas testé la théorie, mais plutôt elles considéraient le sexe comme étant une variable dans les travaux empiriques (Greene et al, 2007).

Bellanca et Colot (2014) reportent que Van de Ven, (1980) a mis en garde contre les études de traits et de caractéristiques des entrepreneurs. Aussi, Gartner (1989) croit que les tentatives de réponse à la question " Qui est un entrepreneur?", qui sont centrées sur les traits et les caractéristiques de personnalité ne conduisent pas à une définition finale, ni facilitent la compréhension du phénomène entrepreneurial. Dans son travail, il montre que l'approche par les traits de personnalité, à elle seule, est insuffisante pour expliquer le phénomène entrepreneurial, et estime que la recherche doit focaliser sur ce que fait l'entrepreneur, et non par sur ce qui est l'entrepreneur. Dans cette logique, il appelle à l'application d'une approche alternative, en l'occurrence l'approche comportementale.

### 2.2. Les variables de personnalité

Pour la prise d'une décision d'emploi, les individus sont influencés (consciemment ou inconsciemment) par la formation de perceptions subjectives sur l'entrepreneuriat. Nombreux sont les aspects qui peuvent être abordés ici, cependant, selon Audet, J. (2001), les recherches se sont articulées essentiellement sur trois thèmes : le besoin d'accomplissement du créateur, locus de contrôle interne et la prise de risque.

Parmi les traits et les attitudes qui ont été ainsi attribués aux entrepreneurs, nous pouvons mentionner le besoin de réalisation, le besoin d'indépendance et d'autonomie, la créativité, la tolérance au risque, la confiance en soi, pour n'en nommer que quelques-uns.

La caractéristique personnelle la plus examinée dans un contexte entrepreneuriale est la tolérance au risque. Selon (Parker, 2009,p145) l'aversion au risque augmente avec l'âge. En fait, la propriété d'une entreprise est par nature une action risquée et il est évident que les individus qui sont plus tolérants au risque seront plus probablement des entrepreneurs dans le futur.

Par ailleurs, l'une des caractéristiques d'un propriétaire d'une entreprise est d'avoir de l'autonomie dans sa prise de décision. Selon, Rauch et Frese (2007), il n'est pas surprenant que cette qualité d'autonomie soit des plus importantes dans la décision d'entrepreneuriat.

De même, le locus de contrôle interne est aussi un important déterminant en entrepreneuriat (Caliendo et al., 2010). Les individus qui ont un niveau de locus de contrôle interne très élevé de contrôle et de maîtrise sur les événements de la vie, tandis que les individus caractérisés par un locus de contrôle externe croient que les événements de la vie

sont le résultat de facteurs externes, tels que le hasard, la chance et le destin (Mungai, et Ogot, 2012).

### **2.3. Les traits de personnalité des femmes entrepreneurs**

Verheul et al., (2005) concluent que la perception des opportunités, la tolérance au risque et l'efficacité ont été observées fortement corrélées à la décision de démarrage de nouvelles entreprises par les femmes. Les caractéristiques socioculturelles influencent les modes de perception et traduisent les événements de vie. Certaines opportunités de création sont, par conséquent, perçues par certains individus et non pas par d'autres.

En plus, divers traits de genre ont prouvé leur impact sur la participation des femmes à l'autocréation. Par exemple, les différences d'aversion au risque entre les hommes et les femmes peuvent expliquer, pour une partie, l'écart de la participation à l'auto-emploi (Sapienza et al. 2009), du moment que les femmes sont plus averses au risque. Cependant, la littérature explique également que l'aversion au risque diffère non seulement entre les deux sexes, mais aussi selon l'état matrimonial. Les femmes mariées présentent une plus grande aversion au risque que les femmes célibataires (Yao et Hanna, 2005).

Luke et Munshi (2010) soulignent que les femmes sont moins capables de répondre aux opportunités en raison des restrictions culturelles et commerciales. Les femmes instruites ayant confiance en soi et obtiennent des revenus élevés ont plus forte probabilité d'être entrepreneurs (Allen et al., 2008).

## **3. Les motivations entrepreneuriales**

### **3.1. Les motivations : un déterminant de création d'entreprises**

La motivation entrepreneuriale s'aperçoit comme un déterminant majeur pour l'entrepreneuriat, elle est certainement un facteur important pour la décision de se lancer dans une démarche entrepreneuriale (Shane,2003).

Les raisons et les motivations conduisant à la création d'entreprises ont été traditionnellement considérées comme étant des éléments importants influençant non seulement la création des entreprises, mais aussi définissent les caractéristiques, la survie, et la performance des entreprises.

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

La motivation entrepreneuriale est décrite comme l'énergie sociopsychologique à l'intérieur des personnes qui conduit au développement économique d'un pays (Akhouri et Mishra, 1990). En fait, différentes écoles de pensée proposent différentes motivations ou raisons pour démarrer une entreprise. Cependant, les chercheurs indiens ont employé les motivations et les traits de personnalité de manière interchangeable (Shivganesh, 2008, p206).

Selon Plehn-Dujowich (2010), le niveau de motivation se réfère plutôt aux raisons subjectives qui reflètent les attentes du décideur. Au niveau micro, les facteurs internes (les caractéristiques personnelles) telles que les motivations des entrepreneurs sont essentielles pour la création des entreprises car les comportements et les attitudes sont souvent fondés par des motivations (Patrick et al, 2016).

Selon Fernandez (2014), il existe dans la littérature quatre motivations principales à la création d'entreprise: le désir d'indépendance, la motivation d'ordre financier, la nécessité, et la motivation d'ordre familial. McClelland (1961) qui a introduit une motivation à la littérature qui est la réalisation (n-achievement) suppose qu'un grand besoin de réalisation est caractérisé par un désir de bien faire afin d'atteindre un sentiment d'accomplissement.

De point de vue économique, la vision de l'entrepreneuriat suggère que les entrepreneurs sont motivés par l'objectif de maximisation des profits. Quant aux psychologues, ils affirment que l'entrepreneuriat est une question d'individus, et donc, il tient compte des questions telles que les caractéristiques de personnalité. Les sociologues de leur part expliquent la motivation entrepreneuriale en termes des facteurs tels que les croyances religieuses, l'ethnicité, et les classes (Shivganesh, 2008, p206).

À vrai dire, la majorité des études comparatives relatives aux déterminants et motivations d'entrepreneuriat ont été réalisées dans les pays développés. Nous nous inspirons du modèle de motivation développé par Scheinberg et MacMillan (1988) pour administrer notre questionnaire pour la partie réservée aux motivations des femmes entrepreneurs au Maghreb.

Le modèle de Scheinberg et MacMillan n'est pas celui des traits psychologiques associés à la création d'entreprises, mais il examine 38 variables regroupées dans six familles de motivations : le besoin de reconnaissance, la richesse, le degré de communautarisme, le besoin de développement personnel, le besoin d'indépendance et le besoin d'évasion. Selon leurs résultats dans 11 pays, les entrepreneurs aux États-Unis et en Australie sont très motivés

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

par le besoin d'indépendance. En revanche, les entrepreneurs italiens et chinois sont fortement motivés par le communautarisme.

Blais et Toulouse (1990) ont étudié les motivations de 2278 entrepreneurs dans quatorze pays dans un autre travail assez proche de celui de Scheinberg et MacMillan (1988). Ils ont pu identifier sept groupes de motivations : le désir de reconnaissance sociale, le désir d'accomplissement personnel, la nécessité d'avoir de l'argent, le besoin de pouvoir et d'autonomie, l'altruisme communautaire, le besoin d'évasion, et enfin l'opportunisme.

De sa part, Shane et al. (1991) ont fourni une comparaison sur les entrepreneurs de trois pays, à savoir : la Grande-Bretagne, la Norvège, et la Nouvelle-Zélande et constaté que le désir de reconnaissance est plus fort en Nouvelle Zélande et en Grande-Bretagne qu'en Norvège, mais les entrepreneurs norvégiens ont plus de tendance de lancer des entreprises en vue de développer des idées et de continuer d'apprendre.

**Tableau 13: Catégories des raisons entrepreneuriales**

	<b>Innovation</b>	<b>Indépendance</b>	<b>Reconnaissance</b>	<b>Rôles</b>	<b>Succès financier</b>
<b>Schienberg and MacMillan (1988)</b>	Le besoin de développement personnel: -Prouver ma capacité de développer une nouvelle idée. -Pour continuer d'apprendre. -Etre innovateur et me tenir à la fine pointe des Technologies -Contribution directe au succès de l'entreprise	Besoin d'indépendance Avoir un contrôle sur mon emploi de temps. -Pour obtenir une flexibilité pour la vie privé. -Jouer d'une pleine liberté vis-à-vis mon travail.	Besoin d'approbation: Pour être respecté par mes amis. -Atteindre un niveau et obtenir de la reconnaissance sociale - Hausser le statut familial - Avoir plus d'influence dans mon milieu.		Instrument de richesse: gagner plus d'argent  - Besoin d'argent pour survivre.  - Assurer la sécurité de soi et de ma famille.  -Accéder au bénéfices indirects.
<b>Shane et al (1991)</b>	<b>Apprentissage:</b> -Développer une idée pour un produit	<b>Indépendance</b> - Avoir un contrôle sur mon	<b>Reconnaissance</b> Atteindre un niveau plus élevé	<b>Rôles:</b> continuer la tradition	

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

	<p>-Etre innovateur et me tenir à la fine pointe des Technologies</p> <p>-Continuer d'apprendre</p>	<p>emploi de temps</p> <p>- Pour obtenir une flexibilité pour la vie personnelle et familiale.</p> <p>- Jouir d'une pleine liberté vis-à-vis mon travail.</p>	<p>dans la société.</p> <p>- Avoir plus d'influence dans mon milieu.</p> <p>- Pour être respecté par les amis.</p> <p>- atteindre un niveau et obtenir la reconnaissance sociale</p> <p>- Hausser le statut et le prestige de ma famille.</p>	<p>familiale.</p> <p>-Avoir plus d'influence dans mon milieu.</p> <p>-Suivre l'exemple de quelqu'un que j'admire.</p>	
<p><b>Birley et Westhead (1994)</b></p>	<p>Le besoin de développement personnel</p> <p>- Etre innovateur et me tenir à la fine pointe des Technologies</p> <p>- Developper une idée pour un produit</p> <p>--Continuer d'apprendre</p>	<p>Besoin d'indépendance:</p> <p>- Jouir d'une pleine liberté vis-à-vis mon travail</p> <p>-- Pour obtenir une flexibilité pour la vie personnelle et familiale.</p> <p>- Avoir un controle sur mon emploi de temps</p>	<p>Besoin d'approbation:</p> <p>Atteindre un niveau plus élevé dans la société.</p> <p>- Pour être respecté par les amis</p> <p>-Hausser le statut et le prestige de ma famille.</p> <p>- atteindre un niveau et obtenir la reconnaissance sociale</p> <p>-Faire plus d'argent.</p> <p>-- Avoir plus d'influence dans mon milieu.</p>	<p>Suivre des models:</p> <p>-Suivre l'exemple de quelqu'un que j'admire</p>	<p>Instrument de richesse</p> <p>-Assurer la sécurité de soi et de ma famille.</p> <p>Pour contribuer au bien-être de mes proches .</p>

Source: Minitti (2009).

### 3.2. L'entrepreneuriat de nécessité et l'entrepreneuriat d'opportunité

Le GEM tient compte de trois niveaux de développement des pays qui sont inventés par le World Economic Forum pour effectuer des comparaisons entre les pays, en matière d'activité et d'intention entrepreneuriale. Les trois économies sont:

D'abord, il y a les économies tirées par les facteurs qui sont des économies dominées par l'agriculture de subsistance et l'extraction des ressources, lesquelles reposent sur la main d'œuvre et les ressources naturelles. La région Maghrébine fait partie des économies tirées par les facteurs, soit le niveau de développement le plus faible.

Ensuite, il y a les économies tirées par l'efficacité qui s'accompagnent très souvent par une industrialisation et un recours aux économies d'échelle. Finalement, il y a les économies tirées par l'innovation où les entreprises reposent sur le savoir et les industries de services.

L'index de l'activité entrepreneuriale totale ou index TEA (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*) est défini comme la part de la population entre 18 et 65 ans qui se considère comme activement impliquée dans le lancement d'une nouvelle entreprise ou qui possède ou dirige une entreprise existant depuis moins de 3,5 ans.

La TEA motivée par nécessité représente 28% et 27% dans les économies tirées par les facteurs et les économies tirées par l'efficacité respectivement (El ouazzani, 2016). La part des entrepreneurs qui créent des entreprises pour des motivations d'opportunité est plus élevée dans les économies tirées par l'innovation (54.9%) que celles qui sont tirées par l'efficacité (45.1%), et tirées par les facteurs (47%).

Les rapports annuels du GEM concentrent régulièrement sur deux types d'entrepreneurs: les entrepreneurs de nécessité et les entrepreneurs d'opportunité.

Selon Minniti et al, (2004); Acs et al., (2006), les économistes, eux aussi, distinguent entre deux types de motivations pour démarrer une nouvelle entreprise: sur la base d'opportunités et sur la base de nécessité.

L'entrepreneuriat de nécessité concerne les individus qui créent leurs propres emplois à la recherche de revenus et d'insertion sociale. L'enquête de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) renvoie à l'entrepreneuriat de nécessité quand les individus qui participent à des

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

activités entrepreneuriales ont pour cause principale le défaut d'emploi et l'insatisfaction au travail (Reynolds et al., 2002).

Ce concept est de nature similaire aux facteurs négatifs "push" qui poussent les gens vers l'auto-emploi à cause du chômage, du sous-emploi, de l'insatisfaction au travail, du blocage des possibilités et des opportunités. À cet égard, Kirkwood (2009) classe ces facteurs selon la typologie suivante : facteurs push et facteurs pull, que nous traduisons par facteurs « incitatifs » et facteurs « réactifs » respectivement. Les facteurs push représentent les modes de création relevant de la nécessité, alors que les facteurs pull relèvent du désir ou de l'opportunité de créer une entreprise.

Quant à l'entrepreneuriat d'opportunité, il correspond à des projets dotés d'un potentiel de développement, entrepris par des individus très motivés pour les concrétiser. La motivation de l'entrepreneur est dirigée par sa volonté de réussir grâce à l'exploitation d'une opportunité qui lui permettrait d'atteindre une certaine forme de gain, le plus souvent elle est économique (Acs et al., 2004).

Les motivations entrepreneuriales sont souvent définies par rapport à la théorie "push" où la théorie "pull" (Fernandez, 2014). Selon Vivarelli (2004), les responsables politiques pensent que tous les entrepreneurs potentiels doivent être soutenus pour créer leur entreprise. En s'appuyant sur une étude de GEM, l'auteur souligne que les entrepreneurs « d'opportunité » (pull) sont les plus majoritaires.

Les facteurs "push-pull" où les éléments positifs et négatifs encouragent les personnes à choisir la carrière entrepreneuriale. Comme les hommes, les femmes peuvent être tirées (pull) ou poussées (push) vers l'entrepreneuriat (Patrick et al, 2016) . Toutefois, l'analyse du modèle push-pull se limite très souvent au seul rôle du chômage, à la crainte de la perte d'emploi ou à l'instabilité de l'emploi occupé. Or, l'analyse des motivations ne peut se limiter uniquement à l'influence du facteur de chômage.

#### **3.3. Les motivations féminines**

Peu d'études ont porté sur les motivations des femmes à devenir des entrepreneurs (Patrick et al, 2016). A ce niveau, Carrier et al.,(2006) ont réalisé une synthèse de littérature en entrepreneuriat féminin, et souligné l'existence de deux courants de recherches : le premier tente d'établir des distinctions entre les hommes et les femmes et le second s'intéresse aux motivations des femmes elles-mêmes.

## **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

Les résultats des recherches indiquent qu'il existe des différences significatives en termes des motivations de démarrage des nouvelles entreprises, les hommes sont motivés par les gains financiers, la réalisation de soi et l'autonomie, alors que les femmes sont concernées par leur statut qui, selon elles, est un facteur de motivation supplémentaire et significatif (Manolova et al., 2008).

Cependant, certains auteurs comme Ahl, (2006) ; de Bruin et al., (2007) estiment qu'une nouvelle phase dans la recherche sur l'entrepreneuriat féminin est nécessaire pour générer de nouvelles perspectives et de proposer des modèles positifs. Ce courant de recherche tend à étudier le processus de l'entrepreneuriat féminin en lien avec les caractéristiques des femmes entrepreneures et leurs motivations à se lancer dans la création d'entreprise. Par ailleurs, parmi les principaux auteurs répertoriés par Carrier et al., (2006) qui avaient étudié les motivations des femmes entrepreneurs, nous trouvons Orhan et Scott (2001), Lambrecht et al. (2003); Mattis (2000).

Orhan et Scott (2001) ont développé un modèle utile de motivation entrepreneuriale féminine qui cherche à aller au-delà de la dichotomie push / pull. Ce modèle incorpore une série de motivations pour les femmes qui deviennent des entrepreneurs et avance que ces facteurs forment un système complexe de motivations intégrées. Les classes de motivation sont par chance, par d'alternative, dynastic compliance, entrepreneur forcé et entrepreneur informé.

À ce stade, la relation entre les décisions à devenir une femme entrepreneur et la motivation d'accomplissement de soi, a été soulignée dans plusieurs études (voir par exemple: Bruni et al., 2004; Segal et al., 2005).

### **Section 2 : Les facteurs environnementaux**

#### **1. L'importance des facteurs environnementaux**

Gnyawali et Fogel, (1994) définissent l'environnement entrepreneurial comme une combinaison de facteurs qui jouent un rôle dans le développement de l'entrepreneuriat. Il est à souligner que l'environnement peut être aussi analysé et évalué par des entrepreneurs (une étude micro).

À ce niveau, l'environnement se réfère à l'ensemble des facteurs économiques, socioculturels et politiques qui influencent la volonté et la capacité des individus à

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

---

entreprendre. Deuxièmement, il renvoie à la disponibilité de services d'assistance et de soutien qui facilitent le processus de démarrage.

À partir des années 1980, il a été reconnu que l'environnement extérieur joue également un rôle crucial dans le processus de création de nouvelles entreprises adoptant une approche comportementale pour étudier l'entrepreneuriat en tenant compte à la fois des déterminants individuels et des déterminants environnementaux (Aldrich, 1990).

Quoique la plupart des études portent sur les variables psychologiques, beaucoup d'autres recherches soutiennent l'idée que l'environnement extérieur est plus utile dans la compréhension de la création d'entreprises.

Certains chercheurs ont répertorié les conditions environnementales qui peuvent développer ou décourager l'acte entrepreneurial dans les pays. Par exemple, le modèle intégré de Gnyawali et Fogel (1994) expose cinq catégories : *les politiques des pouvoirs publics* ; *les facteurs socio-économiques* ; *le savoir-faire existant en matière d'entrepreneuriat* ; *les ressources financières* et *les moyens non financiers*.

Dans une revue de 17 documents de recherche sur les variables environnementales qui influencent la création de nouvelles entreprises, Bruno et Tyebjee (1982) trouvent que 12 facteurs stimulent l'entrepreneuriat tels que la force de travail qualifié, l'accès aux nouveaux marchés.

Bien que Gnyawali et Fogel (1994) ne nient pas le rôle de la personnalité des entrepreneurs, ils argumentent que l'environnement extérieur est plus intéressant pour comprendre le phénomène de création d'entreprises.

En fait, les facteurs individuels sont opposés aux facteurs environnementaux. Ces facteurs se sont souvent examinés séparément dans la littérature. Les facteurs individuels sont liés à l'individu lui-même alors que les facteurs environnementaux sont liés au contexte dans lequel l'entrepreneur se situe. Ils comprennent un certain nombre d'explications économiques, institutionnelles et sociales inhérentes au contexte dans lequel l'activité entrepreneuriale est développée.

En outre, les différences environnementales sont perceptives et objectives, et les entrepreneurs agissent en réponse à l'environnement perceptif.

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

Tableau (14) : le modèle d'environnement entrepreneurial proposé

Politiques et réglementaires	assistance financière
restriction sur les importations et les impôts	capital venture
provision sur les lois de faillite	des sources alternatives de financement
les barrières à l'entrée	des crédits à bas cout
les obligations procédurales pour l'enregistrement	la volonté des institutions financière à financer les petites entreprises
le nombre des structures d'entrepreneuriat	des programmes de garanties de crédits pour les entreprises
les lois protégeant les droits de propriété	une compétition parmi les institution financière
<b>compétences en commerce et en entrepreneuriat</b>	<b>Assistance non financière</b>
éducation vocationnelle et technique	consulting et service de soutien
éducation en commerce	les réseaux entrepreneurials
les programmes d'apprentissage entrepreneurial	les facilités d'incubation
programmes d'apprentissage vocationnelle et technique	les programmes de marché public pour les petites entreprises
la disponibilité des informations	l'encouragement du gouvernement pour la recherche et le développement
<b>socio-économiques</b>	les incitations fiscales et exemptions
l'attitude du gouvernement envers l'entrepreneuriat	les réseaux d'information internationaux et nationaux
présence des entrepreneurs expérimentés	transport moderne et facilitation de transport
modèles avec un rôle réussi	
existence de personnes avec des caractéristiques entrepreneuriales	
reconnaissance de performance entrepreneuriale exemplaire	
proportion des petites entreprises	
diversité de l'activité économique	
l'étendu du développement économique	

Sources: Gnyawali et Fogel (1994)

Nous retenons la classification de Gnyawali et Fogel (1994) pour présenter les facteurs environnementaux de notre questionnaire.

### 2. Les politiques des pouvoirs publics

En général, le rôle principal du gouvernement et d'autres organismes publics est d'accroître les possibilités de développer les opportunités d'affaires, les motivations et d'améliorer les habiletés entrepreneuriales.

Dans un *contexte institutionnel*, les gouvernements interviennent avec des politiques différentes: une politique de concurrence, de privatisation, de fiscalité, etc. À l'instar d'autres facteurs environnementaux, les facteurs institutionnels influencent les deux côtés de l'entrepreneuriat: le côté de demande et le côté d'offre.

Les institutions formelles représentent les systèmes et les infrastructures telles que le cadre réglementaire, les institutions financières, et le système de développement des compétences qui dirigent directement les comportements économiques.

Les mesures des politiques publiques peuvent affecter les opportunités d'affaires. Toutefois, les entrepreneurs pourront être découragés de créer des entreprises s'ils rencontrent trop de procédures et de formalités.

Kostova, (1997) a introduit le concept des *trois dimensions*, fondé sur le profil institutionnel en vue d'expliquer la manière dont les politiques gouvernementales affectent l'activité entrepreneuriale. Il s'agit de la dimension régulatrice (lois, règles, politiques publiques...), la dimension cognitive (connaissances partagées entre les personnes dans la société) et la dimension normative (degré d'admiration et de valorisation des entrepreneurs).

En se fondant sur le modèle de Kostova, les chercheurs Busenitz et al, (2000) ont expliqué pourquoi le niveau d'entrepreneuriat diffère et varie d'un pays à l'autre. Ils ont mesuré les dimensions régulatrices, cognitives et normatives du profil institutionnel dans six pays. Leurs résultats indiquent que les différences institutionnelles spécifiques à un pays peuvent influencer différemment sur le niveau et le type d'entrepreneuriat. Ainsi, les entrepreneurs peuvent jouir d'avantages concurrentiels dans leur pays par rapport aux autres entrepreneurs des autres pays.

Par ailleurs, il a été constaté que les coûts d'entrée ont un effet significatif sur le niveau d'activité entrepreneuriale. En effet, Djankov et al. (2002) mettent en évidence que les disparités des coûts d'entrée conduisent à des différences en matière du volume de création d'entreprises entre les pays.

Aussi, des impôts très élevés réduisent certainement les profits des entreprises et peuvent être un enjeu à la création de nouvelles entreprises. Selon Bruce et Mohsin ,(2006) certains tests de causalité confirment que les impôts peuvent avoir une influence significative sur le niveau d'entrepreneuriat.

### **3. Les facteurs socio-économiques**

L'attitude favorable de la société envers l'entrepreneuriat et le soutien public des activités entrepreneuriales sont nécessaires pour motiver les individus à se lancer dans des démarches entrepreneuriales. Les structures gouvernementales, à leur tête les organismes de développement d'investissement, peuvent mettre des programmes en vue de faire évoluer les activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat et de rendre les individus au courant de son importance et de l'intérêt du statut d'entrepreneur.

#### **3.1. Facteurs socioculturels**

L'entrepreneur n'agit pas dans un environnement fermé. Il active dans un cadre socialement bien ouvert et défini. L'environnement social influence le type, la quantité, et la qualité d'entrepreneuriat (Baumol,1990). Plus le cadre juridique et institutionnel lié au fonctionnement des marchés est efficace, plus la probabilité de création des entreprises est forte.

Blais et Toulouse (1990) reportent que selon Woodrun (1985) et Stewart (1987), les motivations de création d'entreprises sont fortement influencées par la culture, les valeurs, et les idéologies de la société. Ce constat révèle par conséquent que les motivations de créer une entreprise ne sont pas toujours les mêmes parmi les pays du fait que les aspects culturels des régions sont bien distincts.

Évidemment, ils ne vont pas tous les citoyens du même territoire choisir de devenir entrepreneur, mais seule une partie qui le fera, à un moment ou à un autre de la vie. L'un des facteurs importants qui expliquent le choix de la carrière entrepreneuriale est l'attitude de la société à l'égard de l'entrepreneuriat.

Les attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat font partie de ce que l'on nomme la culture entrepreneuriale d'un territoire. Les attitudes de la population en général sont à la base de la culture entrepreneuriale et sont susceptibles de stimuler l'intention d'entreprendre.

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

À ce niveau, l'enquête GEM utilise trois pourcentages pour mesurer les attitudes nationales envers l'entrepreneuriat qui reflètent les aspects du contexte culturel: le pourcentage d'adultes qui perçoivent que l'entrepreneuriat est un bon choix de carrière; le pourcentage d'adultes qui perçoivent que ceux qui réussissent à démarrer une nouvelle entreprise ont un haut niveau de statut et de respect; et le pourcentage d'adultes qui déclarent qu'ils voient souvent des histoires dans les médias au sujet de nouvelles entreprises réussies (GEM, 2010).

À ce stade, la littérature indique que les valeurs sociales jouent un rôle significatif pour déterminer dans quelle mesure les individus sont typiquement présentés comme entrepreneuriaux.

Dans la construction d'une culture entrepreneuriale, l'éducation et les médias jouent un rôle crucial, en particulier en ce qui concerne l'éducation à très jeune âge (dans le niveau primaire et secondaire). Si un pays désire être plus proactif au développement de la culture entrepreneuriale, il lui est pertinent de mettre en œuvre des programmes cohérents avec le système éducatif qui doit être capable de prodiguer des compétences entrepreneuriales, sous forme de qualités transversales pour tout un chacun.

Le lancement d'une entreprise est perçu comme un choix de carrière très apprécié notamment dans les économies africaines, à l'inverse des pays de l'Union Européenne qui ont un niveau d'appréciation des plus faibles. Selon l'enquête GEM 2014, les entrepreneurs de l'Afrique et de l'Amérique du Nord partagent une valeur en commun: la perception de l'activité d'entrepreneur comme un statut privilégié par la communauté.

Cette situation dans ces deux régions du monde révèle l'existence d'une culture entrepreneuriale très forte, soutenue par le rôle très actif des médias en faveur de l'entrepreneuriat. Il est très surprenant que les pays de l'Union Européenne accusent un niveau très bas par rapport aux autres régions du monde au regard des valeurs sociales d'entrepreneuriat (les trois indicateurs suscités).

De leur part, Gnyawali et Fogel (1994) reportent que les sociétés et les cultures qui valorisent l'entrepreneuriat ont tendance à développer des systèmes sociaux pour l'encourager. Par exemple, en Chine, il est souvent reconnu que les parrains entrepreneurs encouragent et soutiennent les individus à se lancer dans les affaires du fait de l'existence d'un réseau étroit entre les membres de la même famille.

Dans le même registre, le psychologue Geert Hofstede (1994, 2001) propose une taxonomie qui identifie cinq dimensions de la culture nationale. Cette Taxonomie explique le comportement des individus dans un milieu de travail. Les travaux de Hayton et al., (2002) témoignent que certains aspects sont convenables pour la création d'entreprises : un fort individualisme, un degré élevé de masculinité, un faible contrôle d'incertitude, et une faible distance hiérarchique.

### **3.2. Facteurs économiques**

Les facteurs économiques tels que la proportion des petites entreprises parmi le total des entreprises, l'étendue de la croissance économique, et la diversité des activités économiques ont certainement une influence sur le taux des nouvelles créations d'entreprises et de leur croissance.

À ce titre, Gnyawali et Fogel (1994) reportent que les recherches ont montré que plus le pourcentage des entreprises performantes est très fort, plus la part d'emplois créés par des petites entreprises est importante. C'est ainsi que les entreprises sont plus apparues dans les pays ou les régions très innovants.

Par conséquent, la taille du marché et la disponibilité des matières premières peuvent stimuler l'activité entrepreneuriale. En effet, Davidsson et al. (1994) démontrent que le taux de création de nouvelles entreprises dépend des conditions du marché et de sa croissance.

## **4. Le savoir-faire exigé en entrepreneuriat**

### **4.1. L'environnement entrepreneurial et les habilités des entrepreneurs**

Un défi important de l'environnement entrepreneurial est de supporter les individus à développer les habilités entrepreneuriales. Les personnes qui présentent une faible propension à l'entrepreneuriat manquent souvent de motivations pour le démarrage d'entreprise. D'autre part, certaines personnes peuvent disposer de compétences nécessaires pour piloter au mieux les processus de fonctionnement d'une entreprise, mais elles présentent de faibles habilités entrepreneuriales (Gnyawali et Fogel, 1994).

Malgré l'importance des compétences entrepreneuriales et commerciales, la nécessité de développer leurs compétences est souvent négligée par les pays. Par exemple, une étude de la Banque Mondiale visant la promotion des petites entreprises montre que 96% des crédits qu'elle avait accordés aux pays en voie de développement s'avèrent être des aides financières.

Cependant, une partie très insignifiante (4%) a été dépensée sur le développement de la capacité technique et commerciale des entrepreneurs (Gnyawali, 1991).

En fait, les politiques publiques d'aide à la création d'entreprises doivent s'acheminer vers le développement des habilités entrepreneuriales, et vers l'exploitation des opportunités d'affaires.

#### **4.2. L'apprentissage des entrepreneurs**

L'apprentissage entrepreneurial est un processus d'acquisition de pratiques, de connaissances, de compétences, d'attitudes, par des méthodes différentes, qui provoquent un changement mental et comportemental de l'entrepreneur (Himrane, 2012, p28).

Outre ses compétences techniques et professionnelles, l'entrepreneur doit acquérir des compétences particulières, pour mener à bien son projet. L'apprentissage s'effectue à la fois antérieurement à la création et durant le développement de l'activité. Ainsi, il est évolutif et variable dans le temps.

En clair, l'apprentissage des entrepreneurs est un enjeu étroitement lié au domaine de la création d'entreprises. L'entrepreneuriat serait lui-même un processus d'apprentissage puisque gérer une nouvelle organisation implique forcément de nouvelles formes d'apprentissage pour l'entrepreneur.

Le lancement d'une activité exige l'existence de compétences du côté du créateur, et ce, afin de réussir la gestion de son entreprise. C'est pour cette raison que les chercheurs penchent de plus en plus sur l'étude des habiletés et des qualifications des créateurs d'entreprises. À cet égard, Cope (2005) classe cinq domaines d'apprentissage des entrepreneurs :

- L'apprentissage à propos des individus
- L'apprentissage à propos de l'entreprise
- L'apprentissage à propos de l'environnement et du réseautage entrepreneurial
- L'apprentissage à propos de la gestion d'une petite entreprise
- L'apprentissage à propos de la nature et de la gestion des relations.

Nous croyons ainsi que l'apprentissage est un moyen et les compétences sont des objectives (Himrane, 2012). En effet, Les études montrent que 50% des entreprises disparaissent au bout de cinq (5) ans au maximum. Ce constat doit interpeller les parties prenantes à s'interroger sur les difficultés que rencontrent les PME, d'où des taux de mortalité préoccupants.

Les nouveaux entrepreneurs sont généralement invités à élaborer un plan d'affaires de leurs entreprises. Un document qui est un important outil pour les nouvelles créations d'entreprises dont sa préparation doit être enseignée dans les différents niveaux de scolarité.

### **5. Les ressources financières**

#### **5.1. Le financement des entrepreneurs**

Quoique la plupart des études entrepreneuriales portent sur l'importance des variables psychologiques, d'autres soutiennent l'idée que les variables d'environnement extérieur sont plus utiles pour la compréhension du processus de création d'entreprises.

Smallbone et Welter (2001) parmi d'autres, ont montré une relation positive entre les décisions entrepreneuriales et le niveau de revenu des personnes. De leur part, Dunn et Holtz-Eakin (2000) ont investigué l'importance du capital humain et financier pour la transition vers l'auto-emploi. Également, ils ont étudié l'impact de la richesse sur la probabilité qu'un individu abandonne son emploi salarié pour aller à l'autocréation. Leur travail indique que les capitaux provenant des parents semblent avoir une influence importante sur la démarche entrepreneuriale.

En réalité, les entrepreneurs ont besoin en général d'aide financière pour l'un des trois objectifs suivants: diversifier ou répartir le risque, accumuler le capital, ou financer l'expansion de l'entité (Gnyawali et Fogel,1994).

Toutefois, la plupart des banquiers, en particulier les banques commerciales sont jugées trop frileuses pour accorder des crédits aux petites entreprises lors de leur démarrage. Cette situation demeure l'un des obstacles majeurs face aux créateurs d'entreprises. En effet, Minniti et Naudé, (2010) reportent que dans les pays développés, les crédits et les coûts de création des stat-ups ont été identifiés comme des contraintes significatives pour le démarrage des entreprises, vraisemblablement affectant les femmes plus que les hommes.

Aussi, Minniti et Naudé, (2010) reportent que Horrell and Krishnan (2007) affirment qu'à partir du moment où les femmes aux foyers manquent de biens et de revenus, elles se voient que leur capacité est limitée pour s'engager ou diversifier des activités économiques. Ainsi, des études montrent que l'accès au microcrédit facilite à la femmes la recherche de son autonomie et de son bien-être familial.

#### **5.2. Business angels et capital-risque : des alternatives de financement**

Pour le démarrage d'une entreprise, l'entrepreneur doit souvent compter sur ses propres économies ; si elles ne suffisent pas, il peut consulter des investisseurs privés pour bénéficier d'un éventuel financement.

En effet, à côté du financement public, d'autres pratiques privées d'appui financier se sont développées telles que le financement privé de personnes physiques, connues sous le nom de « Business Angels », et le financement privé à risque ou « le capital risque ». Ils permettent en fait aux entrepreneurs d'élargir leur choix en matière de financement des entreprises.

Les business angels sont des particuliers, individus riches, généralement issus du monde des affaires, qui apportent, outre une mise de fonds dans le capital de nouvelles entreprises à fort potentiel, leurs compétences et leur tissu relationnel. Leurs fonds sont des sources importantes de financement pour les petites entreprises notamment dans la phase de démarrage.

Cet instrument permet d'enrichir le champ des financements offerts sur le marché. En fait, les investisseurs privés dits « providentiels » (business angels) ont une expérience dans la création et la direction d'entreprises dans des secteurs proches de celui que l'investisseur vise à s'engager. Leur avantage tient du fait qu'ils peuvent se décider rapidement et mettre les résultats de plusieurs années d'expérience au service des entrepreneurs.

Cependant leur inconvénient demeure leur tendance à s'immiscer dans la gestion, soit pour le meilleur soit pour le pire (Basso, 2001). Toutefois, en tant qu'entrepreneurs, ils amènent une assistance précieuse par rapport à la manière de gérer et d'organiser l'entreprise.

En ce qui concerne les financements dits « capital-investissement », ils sont apparus aux États unis après la Seconde guerre mondiale. Cette activité, désignée sous le terme de venture capital, a été d'abord traduite par capital risque avant que la profession ne la rebaptise

capital investissement (Basso, 2001). Il s'agit d'une source de financement sous forme de prise de participation dans le capital des sociétés en phase de création, De même, un capital risquer apporte ses capitaux mais également ses appuis intellectuels à la jeune entreprise.

### **6. Les ressources non financières**

#### **6.1. Assistance et facteurs infrastructurels**

Les ressources gouvernementales font référence aux politiques promotionnelles du gouvernement, aux incitations et infrastructures (Shivganesh, 2008). Les entrepreneurs ont besoin d'assistance dans la réalisation des études de marché, dans la préparation du plan affaires, et dans l'obtention des prêts. À ce stade, les incubateurs peuvent jouer des rôles majeurs dans la fourniture d'une variété de services pour les nouvelles entreprises.

Dans le cadre de la promotion de l'entrepreneuriat, les gouvernements instituent des programmes de soutien dédiés aux petites entreprises. Dans une étude sur la croissance d'emplois créés par les petites entreprises dans les États américains, Phillips (1993) a constaté que les aides destinées aux entreprises avaient été significativement corrélées avec la part d'emplois créés par les petites entreprises.

Les facteurs infrastructurels devraient avoir un impact important sur l'environnement entrepreneurial. Ces éléments comprennent la création des universités, la mise en place de programmes de recherche et de développement, la préparation d'une main-d'œuvre instruite et techniquement qualifiée, et la construction des installations de transport et de communication modernes.

#### **6.2. Accompagnement entrepreneurial**

Les études sur l'accompagnement entrepreneurial soulignent la nécessité de fournir des moyens aux futurs entrepreneurs en vue de leur permettre d'accéder aux ressources nécessaires. Plus récemment, les actions d'accompagnement devraient permettre à l'entrepreneur accompagné d'acquérir du savoir, du savoir-faire et du savoir-être.

Richard et al.,(2008) présentent quatre propositions pour explorer une nouvelle forme d'apprentissage dans les pratiques d'accompagnement des entrepreneurs :

- ✓ Focaliser le soutien sur les dispositions cognitives du porteur de projet.

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

- ✓ Développer des compétences entrepreneuriales en s'appuyant sur l'expérience vécue de l'entrepreneur.
- ✓ Evaluer continuellement les besoins réels du porteur de projet en matière de connaissances.
- ✓ Passer des méthodes passives aux méthodes actives.

D'autre part, Camille Carrier (2007) souligne que le soutien d'un entrepreneur consiste à planifier les étapes de réalisation du projet, et supporter l'acquisition de diverses informations juridiques, techniques et commerciales. Ainsi, coacher un entrepreneur vise surtout à acquérir de compétences managériales et technico fonctionnelles.

Il paraît qu'avec un manque d'idée de projet maturée et en l'absence d'entrepreneurs intrinsèquement motivés, les aides financières et non financières n'arriveront pas à accroître l'efficacité de l'activité entrepreneuriale. Le meilleur exemple est l'accompagnement des promoteurs dans le cadre de l'ANSEJ, les entrepreneurs même s'ils sont soutenus financièrement et non financièrement, ils ont toutefois échoué dans la relance des entreprises performantes (Himrane, 2012).

#### **7. Les facteurs environnementaux: l'approche GEM**

L'enquête GEM complète d'autres grandes enquêtes internationales sur la création de nouvelles entreprises, en fournissant des données pertinentes sur les individus (attributs, valeurs, activités) et leur interaction avec l'environnement dont ses aspects semblent influencer au même titre les femmes et les hommes entrepreneurs. À ce titre, GEM a eu recours à une autre forme d'information pour évaluer l'état des conditions cadres de l'entrepreneuriat (CCE).

Cette forme est une enquête auprès des experts nationaux (NES). L'enquête a été lancée en raison d'un manque de mesures harmonisées à l'échelle nationale qui pourraient être utilisées comme indices pour les CCE (Reynolds et al., 2005), en d'autres termes, en plus de l'interrogation de la population adulte, un entretien est dirigé avec des experts nationaux. Ces experts nationaux doivent satisfaire un certain nombre de critères pour être approuvés par l'équipe GEM nationale.

Un minimum de quatre experts doit être sélectionné, pour un seuil minimal de 36 personnes couvrant chacun des domaines d'expertises suivants : finance, politiques

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

---

gouvernementales, éducation et formation, programmes gouvernementaux, transfert technologique et recherche/développement, infrastructures commerciales, ouverture des marchés nationaux, infrastructures physiques et normes culturelles et sociales.

Un minimum de 25% du panel doit être aussi entrepreneurs ou personnes du monde des affaires, et 50% de professionnels. D'autres considérations de représentativité (genre, niveau d'expérience, localisation géographique, etc.) sont également prises en compte dans la constitution de l'échantillon.

Par ailleurs, GEM permet aux gouvernements et aux entreprises de comparer leur climat entrepreneurial avec d'autres pays. Il aide à mieux comprendre les principales entraves qui limitent les entreprises et les possibilités de leurs prospérités.

**Tableau (15) : Les neuf conditions-cadres de l'Entrepreneuriat (CCE)**

-Finance entrepreneuriale
-Politiques gouvernementales
-Programmes gouvernementaux pour l'entrepreneuriat
-Formation entrepreneuriale
-Transfert R&D
-Infrastructure légale et commerciale pour l'entrepreneuriat
-Ouverture du marché intérieur
-Infrastructure physique pour l'entrepreneuriat
-Culture et normes sociales

Source: GEM 2016.

L'enquête nationale des experts (NES) fournit des pistes de compréhension de la façon avec laquelle ces CCE facilitent ou entravent le climat et son développement entrepreneurial.

### **Section 3. Les déterminants individuels des femmes entrepreneurs au Maghreb**

Dans la revue de littérature, nous rencontrons peu d'études sur les femmes entrepreneurs Maghrébines. En effet, cette sous-région MENA est caractérisée par l'absence d'études sur les déterminants de la création d'entreprises féminines. Il est tout à fait clair que les travaux académiques qui ont abordé la thématique d'entrepreneuriat féminin au Maghreb sont rares et pour la plupart sont basés sur l'approche descriptive. Peu de recherches ont intégré les facteurs individuels et environnementaux influençant la création des entreprises (Benhabib, et al.,2014)

En dépit de leur importance pour les décideurs et les analystes, les évaluations des déterminants et des motivations d'entrepreneuriat dans les pays du Maghreb au niveau micro, sont malheureusement sous étudiées. L'analyse est de grande valeur du point de vue de politique économique dans la mesure où elle aide à vérifier l'existence ou non d'un instrument de politique économique qui pourrait stimuler l'activité entrepreneuriale.

#### **1. Les facteurs micros de l'entrepreneuriat féminin dans le monde**

Les enquêtes de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) montrent que les femmes entrepreneurs créent, gèrent et font grandir des entreprises dans tous les secteurs industriels. Il est un peu surprenant que l'Amérique latine et l'Asie aient des taux d'activité entrepreneuriale des femmes plus élevés que l'Europe et les États-Unis (Brush et Cooper,2012).

##### **1.1. Pays développés vs pays non développés**

Les femmes dans les pays développés sont plus susceptibles de créer des entreprises pour des motivations d'opportunité, tandis que celles qui sont dans les pays moins développés sont motivées par des motivations de nécessité selon les différentes enquêtes de GEM.

Les données récentes montrent que les taux de prévalence de l'entrepreneuriat féminin ont tendance à être relativement supérieur dans les pays en voie de développement que dans les pays développés (Minniti et al, 2006). Cela a traditionnellement été expliqué par le fait que dans les économies en voie de développement, les femmes sont confrontées plus aux barrières d'entrée sur le marché du travail formel et doivent recourir à l'entrepreneuriat en tant qu'un moyen de sortir du chômage et de la pauvreté.

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

Le nombre de femmes dans le monde ne fait qu'augmenter. Les facteurs sociologiques encouragent les femmes à pénétrer au secteur de l'entrepreneuriat. En effet, elles sont motivées, en partie, par leur besoin d'indépendance financière et d'autosuffisance. Il faut y ajouter l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers de nombreuses familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorce et l'augmentation du nombre de femmes vivantes seules.

De plus, les valeurs et les attitudes envers le travail payé changent, ce qui encourage quelques femmes en sécurité financière à chercher néanmoins leur épanouissement à l'extérieur de son foyer.

Les femmes entrepreneurs dans les pays développés partagent de nombreuses spécificités avec celles qui évoluent dans les pays en voie de développement. Cependant, dans les PVD, les femmes entrepreneurs sont plus nombreuses dans les communautés rurales et pauvres.

À l'instar des pays développés, les crédits et les coûts de démarrage ont été identifiés comme étant des contraintes importantes pour le lancement des entreprises dans les pays en voie de développement, en outre, cette réalité pourrait probablement affecter les femmes plus que les hommes.

Le faible niveau d'éducation tend à être moins élevé chez les femmes des pays en voie de développement, en particulier dans les zones rurales. Ce facteur pourrait réduire de manière significative leur accès à l'information et aux divers réseaux (Roomi et Parrott 2008).

Dans une étude récente analysant l'entrepreneuriat et le genre dans les pays asiatiques, il a été noté que l'entrepreneuriat féminin dans cette région est principalement basé sur les facteurs "push" (les facteurs de nécessité) tels que la pauvreté, le chômage, et le besoin de revenus pour soutenir la famille. Il a été également constaté que l'activité de l'entrepreneuriat des femmes diminue quand les femmes de la région se retrouvent mieux éduquées et bien-payées (Tambunan, 2009).

La même étude a témoigné que les femmes dans des régions développées comme le Singapour - l'indice d'autonomisation des femmes est élevé - les femmes ont plus de liberté pour devenir des entrepreneurs que leurs homologues dans les pays en voie de développement comme le Népal - l'indice d'autonomisation des femmes est faible (Tambunan 2009).

Dans les pays où les femmes détiennent moins d'autonomisation, elles ont tendance à avoir des réseaux et une mobilité significativement limitée. Un tel environnement est capable d'affecter leur capacité à observer des modèles, à acquérir des ressources, et à lancer des affaires et des entreprises (Minniti et al., 2005).

En fait, les facteurs qui poussent les femmes vers l'entrepreneuriat sont l'envie de survie et l'évitement du chômage, en particulier dans les pays en transition et les pays émergents (Vossenbergh, 2013). Nous pouvons aussi ajouter d'autres facteurs tels que la recherche de la flexibilité entre le travail et les responsabilités familiales, l'insatisfaction de l'emploi actuel et la frustration du « plafond de verre », qui sont des facteurs communs et partagés par les femmes du monde.

### 1.2. Dans les pays MENA

Dans la région MENA, le rapport GEM 2014 sur les femmes souligne des niveaux élevés de TEA dans des pays comme le Koweït, le Qatar et les Émirats arabes unis, montrant une augmentation des niveaux d'opportunités et de capacités de perception, et une faible peur de l'échec<sup>1</sup>.

Les femmes dans cette région sont traditionnellement placées en dehors de la vie économique, concentrées sur des statuts domestiques: épouses et mères. Almobaareek, et Manolova (2013) reportent néanmoins qu'en Arabie Saoudite à titre d'exemple, les femmes détiennent 40% de la richesse nationale privée, 70% des fonds liquides, 40% des actifs immobiliers, 20% des fonds et des portefeuilles d'investissement, et plus de 13 milliards de dollars dans des comptes bancaires locaux qui auraient pu être investis dans l'économie.

Les études en entrepreneuriat ont indiqué que la culture est une variable contextuelle majeure pour la compréhension du phénomène entrepreneurial entre les pays (Wennekers et al., 2001). De même, Chamlee-Wright (1997) souligne que le contexte géographique (culturel) est important également pour expliquer les relations de genre et les comportements d'entrepreneuriat qui en résultent. À cet égard, les spécificités de la zone MENA et le facteur culturel semblent impacter fortement l'activité entrepreneuriale des femmes.

---

<sup>1</sup> GEM 2014 Women's Report.

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

---

En général, plus une culture est caractérisée par un individualisme et une masculinité élevée avec un évitement d'incertitude et une faible distance de puissance, moins elle est favorable à la création d'entreprises (Hayton et al., 2002). À ce effet, la société arabomusulmane a tendance à avoir un score élevé pour le collectivisme et la distance du pouvoir et un score faible pour l'égalité de sexe et l'orientation future (Kabasakal et Bodur, 2002).

Dans le même ordre d'idée, Wennekers et al., (2001) déclarent que les pays arabes sont caractérisées, d'une part, par un niveau élevé de distance au pouvoir et d'évitement à l'incertitude, et d'autre part, par un niveau faible d'individualisme. Ces facteurs entravent les femmes à faire les choses à leur façon dans la mesure où les institutions leur sont moins adaptées.

À cet effet, les rares entreprises appartenant aux femmes dans la région MENA sont des microentreprises, relevant des secteurs formel et informel, employant moins de 10 travailleurs, et produisent des biens et services peu sophistiqués.

À ce niveau, un rapport de la Banque Mondiale relatif à la zone MENA explique toutefois que les lois sont neutres et aveugles face à la question de genre. Elles sont jugées défavorables aux femmes, et par extension à l'entrepreneuriat féminin (World Bank, 2007). Le rapport plaide ainsi pour une sorte de discrimination positive en faveur des femmes.

Par ailleurs, dans leur étude menée auprès d'un échantillon de femmes dans deux pays du Golfe, à savoir, Oman et Bahreïn, les chercheurs Dechant, et al., (2005) concluent que les facteurs incitant les dirigeantes d'entreprises varient fortement en fonction de la situation des femmes. Cependant, ces motivations pourraient être caractérisées principalement par la présence des facteurs pull (motivations économiques et indépendance). Ces facteurs apparaissent dominants sur toute la région MENA.

D'autre part, d'après une étude de la Banque mondiale, il existe trois facteurs possibles de la faible représentativité des femmes entrepreneurs par rapport au reste du monde dans cette région (World Bank, 2007).

Premièrement, le processus lourd et coûteux de la démarche de création d'entreprises, à cela, il faut ajouter les incertitudes sur une restitution des actifs lors d'un échec probable d'activité. Ceux-ci sont les facteurs les plus difficiles à surmonter chez les femmes dans cette région.

## **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

Deuxièmement, l'attitude négative de la société envers le travail des femmes peut être défavorable pour les travailleuses et, par extension, pour les femmes entrepreneurs. Troisièmement, les lois sur l'investissement et les entreprises sont assez ou complètement neutres dans leur orientation de genre.

Toutefois, l'étude de la Banque Mondiale a démenti l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA se limite uniquement à la création de petites entreprises et à la technologie de base. En effet, l'étude souligne que les entreprises dirigées par les femmes sont bien établies, productives, technologiquement compétentes et reliées aux marchés globaux autant que les entreprises dirigées par les hommes.

À l'instar des recherches sur les femmes entrepreneurs à travers le monde, les résultats de Almobaarek et Manolova (2013) concluent que les jeunes femmes universitaires en Arabie Saoudite sont plus susceptibles que les hommes de commencer une aventure entrepreneuriale par nécessité. Ces auteurs indiquent que les motivations des femmes entrepreneurs saoudiennes sont de plus en plus formées par le désir d'innovation, la croissance, et la réussite de leurs entreprises.

Dans un autre travail, Naser et al., (2009) estiment que dans les pays Arabes, en particulier la région du Golfe, les positions sociales de la famille et les liens familiaux sont des facteurs importants pour la formation des hommes et des femmes entrepreneurs.

Le facteur "Pull" peut résulter de la nécessité de l'accomplissement de soi et le désir d'aider les autres. Naser et al., (2009) ont déclaré que les femmes dans les pays arabes qui créent des entreprises ont pour but la recherche de l'auto-accomplissement, car une telle démarche améliore leur statut socio-économique au sein de la société.

### **2. Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneurs au Maghreb**

Il est tout à fait clair que les travaux académiques qui ont abordé la thématique d'entrepreneuriat féminin au Maghreb sont rares et pour la plupart sont basés sur l'approche descriptive. L'utilisation des données GEM pour réaliser une étude comparative entre les pays du Maghreb est relativement insuffisante en raison de leur participation irrégulière.

La première participation de ces trois pays à l'enquête GEM remonte à l'année 2009. Nous observons que l'Algérie et la Tunisie ont participé 4 fois, mais le Maroc est le moins présent avec 2 participations seulement. D'autre part, il y a très peu de recherches qui

## **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

intègrent à la fois les facteurs individuels et environnementaux qui influencent la création des entreprises. Nous allons aborder les principaux travaux abordant la thématique des caractéristiques personnelles au Maghreb.

### **2.1. Facteurs démographiques et traits de personnalité**

Le progrès éducatif et le développement des activités en faveur de la force de travail féminine ont contribué à la croissance des femmes entrepreneurs au Maghreb. Force est de constater que les normes et les valeurs culturelles sont très dominantes dans les pays arabo musulmans et, par conséquent, le phénomène de l'entrepreneuriat féminin se retrouve influencé (Jamali et al., 2005).

À vrai dire, les États du Maghreb partagent de nombreuses normes et pratiques sociales qui sont liées aux caractéristiques religieuses, économiques, sociales, politiques et historiques qui conduisent ensemble à une culture régionale qui est différente des autres sociétés dans le monde. Ces pratiques sociales sont justifiées par les us et coutumes caractérisant la société maghrébine qui imposent à la femme de s'incliner devant certaines règles de conduite au regard de sa famille et de sa société maghrébine.

Toutefois, les caractéristiques d'affaires et le cadre personnel des femmes entrepreneurs dans le Maghreb sont similaires aux femmes du monde. Elles activent dans les services, le commerce de détail, et l'industrie. La majorité d'entre elles sont bien éduquées, mariées, et ayant des enfants.

Selon les résultats de l'édition GEM 2010, l'Algérie se caractérise parmi les pays MENA qui ont les attitudes les moins favorables pour l'entrepreneuriat ; seuls 57 % des adultes algériens perçoivent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière (GEM, 2010). Castro et Pisani (2013) reportent que la perception entrepreneuriale est l'un des grands principes de la philosophie du projet GEM.

Une lecture des données de l'enquête GEM Algérie 2012 sur les attitudes et les perceptions de l'activité entrepreneuriale révèle qu'en matière d'acquisition des connaissances, des compétences et des expériences pour démarrer une nouvelle entreprise, le taux est de 43% chez les femmes. En matière de la peur de l'échec, 32% des femmes estiment que ce facteur ne les empêche pas de se lancer dans une activité entrepreneuriale.

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

D'autre part, selon la dernière édition GEM Tunisie, nous assistons de plus en plus à un entrepreneuriat innovant, orienté en partie vers l'international. En Tunisie, la majorité des entreprises sont émergentes, nouvelles et d'une taille très petite.

Dans l'édition GEM (2015), le Maroc a occupé la 25ème position comparé avec les économies tirées par l'efficacité, (dépassant uniquement la Malaisie et la Bulgarie). Le Maroc est le 17ème pays sur soixante-deux à considérer que l'entrepreneuriat est un excellent choix de carrière même si le potentiel de recrutement demeure limité. La différence entre les sexes demeure significative. Les femmes ont davantage peur de l'échec (43%), ce qui explique en partie le taux d'activité entrepreneuriale très bas chez cette catégorie de la population marocaine.

Au-delà des enquêtes GEM, Hattab (2012) dans son étude, conclut que sur huit pays de la région MENA, les femmes entrepreneurs peuvent être décrites comme instruites, avec des diplômes de post -secondaire ou plus ; âgées de 25 et 44 ans ; mariées et vivantes dans des zones urbaines.

Une autre étude réalisée sur un échantillon de 1228 femmes cheffes d'entreprises dans cinq pays de la région MENA révèle que la majorité des femmes tunisiennes sont mariées (72%) avec en moyenne 1.8 enfant. Elles possèdent des entreprises individuelles et sont les plus créatrices de poste d'emploi dans cette région (Cawtar,2007).

Sur la base du travail de Fishbein et Ajzen (1975), les auteurs Benhabib et al, (2014) ont essayé de clarifier la façon dont les facteurs individuels et environnementaux influencent les attitudes des étudiants et des étudiantes algériens à l'égard de l'entrepreneuriat et à l'intention entrepreneuriale. Les résultats montrent que les variables individuelles ont un impact négatif sur l'attitude envers l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, l'étude de Rachedi (2006) a fait apparaître que les femmes marocaines qui sont à la tête des très petites structures, notamment dans les activités de commerce et de l'artisanat sont relativement moins instruites. En ce qui concerne les femmes instruites, on constate que l'écrasante majorité des dirigeantes et créatrices d'entreprises ayant une formation universitaire ont au moins un diplôme bac+4.

L'étude montre que généralement les femmes sont mariées (71%). Ces créatrices ont dans leur très grande majorité des enfants à charge (77%), le plus souvent 1 à 2 enfants (51%).

Ceci peut être expliqué par un contexte socioculturel qui encourage le mariage à un jeune âge, et par conséquent à avoir des enfants (Rachdi, 2006).

#### **2.2. Les motivations**

Une meilleure compréhension des déterminants de créateurs d'entreprises peut aider à concevoir des politiques pour encourager et favoriser la création des entreprises par les décideurs politiques. Si les motivations diffèrent entre les pays du Maghreb, les politiques doivent être conçues adéquatement aux objectifs et aux besoins des entrepreneurs au sein de chaque pays.

L'étude de Touzani et al, (2015) réalisée en Tunisie montre que l'entrepreneuriat dans les grandes villes comme Tunis, Sousse ou Sfax peut être motivé par le profit, alors que dans d'autres régions (comme le Centre-Ouest ou semi-aride / désert du Sud), il est motivé par la nécessité et le désir de survie (Mansouri et Belkacem, 2009). En outre, selon les données de GEM 2009, les TEA des femmes Tunisiennes les plus faibles sont enregistrés dans les régions du Sud. Un postulat possible serait l'attachement aux coutumes aurait éventuellement freiné la création des entreprises féminines. En effet, la même étude estime que pour certains milieux familiaux dans cette région du pays, la création d'une entreprise par une femme n'est pas nécessairement valorisée et appuyée par la famille et les parents, et peut être même par la société locale.

Dans une récente édition de GEM, les raisons citées par les femmes Marocaines pour devenir entrepreneurs semblent se concentrer principalement dans le fait de vouloir profiter d'une opportunité pour se lancer dans l'entrepreneuriat (El ouazzani, 2015).

Pour les indicateurs du contexte culturel, les femmes algériennes semblent afficher des attitudes relativement plus favorables à l'activité entrepreneuriale que les hommes. 61% des femmes estiment qu'un entrepreneur jouit d'un bon statut au sein de la société, femmes ont exprimé ainsi contre 56% pour les hommes. En termes de choix de carrière, les femmes et les hommes affichent les mêmes attitudes vis-à-vis de l'entrepreneuriat et estiment que c'est un bon choix de carrière (Abedou, 2013).

Pour une étude réalisée dans cinq pays de la région MENA dont la Tunisie, sur un échantillon de 1228 femmes, nous pouvons constater que les jeunes interviewés ne présentent pas seulement des motivations liées aux circonstances négatives mais aussi des circonstances positives (désir de se réaliser personnellement, gain d'argent, participation au développement

## **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

économique du pays, etc) (Drine et Grach, 2010). Aussi, une proportion de 64% de répondantes tunisiennes dans le cadre d'une enquête dans les régions de Tunis, Sousse et Sfax considèrent que l'idée de création est une affaire séduisante, et 35.6% de l'échantillons croient qu'elles n'ont pas les qualités requises pour entrer dans une démarche entrepreneuriale. De plus, elles sont en général motivées par des circonstances adverses (pour améliorer la situation financière de la famille) ainsi que par des facteurs positifs (détection d'une opportunité d'affaires, indépendance familiale et flexibilité du travail).

À l'instar des pays du Maghreb, le Maroc rencontre des contraintes socioculturelles à l'égard de l'entrepreneuriat féminin. Si les femmes sont moins nombreuses que les hommes à aller jusqu'au bout, c'est sans doute que le rapport entre les facteurs positifs (qualités, etc) et les facteurs négatifs (obstacles) n'est pas le même pour elles que pour leurs homologues masculins ; les premiers facteurs agiraient plus faiblement et les seconds plus fortement. Par ailleurs, on peut constater que la tendance d'âge des femmes entrepreneurs au Maroc est entre 35 et 44 ans (Rachdi, 2006).

### **3. Les facteurs environnementaux des femmes entrepreneurs maghrébines**

En dépit de leur importance pour les décideurs et les analystes, les évaluations des déterminants environnementaux dans les pays du Maghreb sont malheureusement sous étudiées.

#### **3.1. L'impact des facteurs socioculturels**

Les pays de la région du Maghreb partagent de nombreuses normes et pratiques sociales qui découlent d'un certain nombre de caractéristiques communes: religieuses, économiques, sociales, politiques et historiques qui octroient à cette région MENA une culture propre.

À titre d'exemple, dans une étude individuelle auprès de 20 femmes chefs d'entreprises au Maroc, Salmane et al., (2011) soulignent que les entreprises féminines sont souvent affectées par la discrimination sexiste liée à la société marocaine et aux lourdeurs administratives. Aussi dans ce pays, les membres de famille immédiate représentent la source de financement la plus sollicitée. Elle est indiquée comme source de financement pour 40% des entrepreneurs naissants et de la moitié des entrepreneurs nouveaux qui comptent sur leurs membres de famille pour financer le démarrage de leur entreprise. Les banques et les

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

institutions financières constituent la deuxième principale source de financement au Maroc (El ouazzani, 2016).

D'autre part, les normes culturelles traditionnelles qui attribuent des rôles et des responsabilités aux femmes dans les sociétés de la région du Maghreb façonnent sans conteste les modes de pensée et influencent les perceptions et les attitudes vis-à-vis de la création d'entreprises. Force est de constater que les normes et les valeurs culturelles sont très dominantes dans les pays arabo-musulmans et, par conséquent, le phénomène de l'entrepreneuriat féminin se trouve influencé (Jamali et al., 2005).

Dans l'édition GEM 2009, les experts Tunisiens estiment que leur économie offre de bonnes opportunités d'affaires et de possibilités de création. Ils jugent également que les normes socioculturelles sont moyennement favorables à l'activité entrepreneuriale.

En effet, les éléments de prise de risque, de prise de destinée en main, de créativité et d'innovation sont moins défendus par la société tunisienne. Cela est relativement vrai en dépit de l'existence de deux indicateurs culturels positifs à savoir la réussite et l'autonomie. Un grand nombre de Maghrébines préfèrent travailler dans la fonction publique et tendent à opter pour un emploi stable et moins risqué en bénéficiant ainsi de protections statutaires. Néanmoins, on peut observer récemment une certaine tendance des jeunes femmes vers le travail indépendant et autonome, ce qui semble être un changement structurel dans les normes, les préférences et les attitudes vis-à-vis de la notion du risque dans pour la culture économique de cette région.

#### **3.2. Les déterminants institutionnels et contextuels**

Nous observons que tous les pays du Maghreb ont mis en place des réformes et des programmes d'aide à la création d'entreprises entre les hommes et les femmes de façon égale. À titre d'exemple, en Algérie, les jeunes femmes bénéficient de ressources financières considérables dans le cadre des dispositifs de création d'entreprises (Ansej, Cnac et Angem et Andi) sans aucune discrimination de sexe.

Pour les pays qui jouissent d'un secteur pétrolier important comme l'Algérie, ils ont des taux de participation économique des femmes inférieurs aux pays non pétroliers, comme la Tunisie et le Maroc (Ross, 2008). Vu le fait que le secteur pétrolier est générateur de gros revenus aux hommes, il ne devient pas nécessaire pour les femmes de chercher du travail (Moghadam, 2013).

### Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin

À vrai dire, selon le rapport Doing Business 2016, l'Algérie se situe au 163e rang sur 188 pays, très en deçà en termes de performances par rapport à ses voisins, la Tunisie et le Maroc, respectivement classés à la 74e et 75e places.

Tableau (16) : Situation économiques et d'affaires au Maghreb

Facteurs	Algérie	Maroc	Tunisie
Croissance du PIB (2014)(%)	3.8	2.42	2.7
Taux d'inflation (2014)(%)	4.78	1.58	4.86
Le nombre de procédures nécessaires pour démarrer une entreprise (2015)	12	4	10
Le nombre de jours nécessaires pour démarrer une entreprise (2015)	20	10	11
Coûts des procédures de démarrage d'une entreprise (% du RNB par habitant(2015)	10.9	9.1	3.9
Nombre de jour pour l'octroi du Permis de Construire	204	91	93
Payment des impôts et taxes (% du bénéfice brut)	72,7	49.1	59.9

Source: le site web de "World Bank Group" et "Doing Business".

Sur la base du travail de Fishbein et Ajzen (1975), Benhabib, et al, (2014) ont essayé de clarifier la façon dont les facteurs individuels et environnementaux influencent les attitudes des étudiants Algériens à l'égard de l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale. Les résultats montrent qu'en plus des variables individuelles qui ont un impact négatif sur l'attitude envers l'entrepreneuriat, le rôle des médias et des institutions est encore limité et nécessite un certain redéploiement.

Une autre étude réalisée par Drine et Grach (2010) avec un échantillon de 50 femmes et 50 hommes dans les régions de Sfax, Sousse et Tunis montrent que les services de soutien mis à la disposition des femmes sont inadéquats avec la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Toutefois, la Tunisie a le taux le plus élevé de femme bénéficiant de crédit bancaire, 47% dans la région MENA (Kawtar 2007) . Évidemment, le niveau faible de l'entrepreneuriat féminin n'explique pas par le défaut de l'intention au milieu des Tunisiennes mais plutôt, par éventuellement, le résultat de l'incompatibilité des mesures de soutien du gouvernement (Drine et Grash, 2010).

### **Chapitre 3 : Les déterminants individuels de l'entrepreneuriat féminin**

---

S'agissant de l'impact de l'environnement socioéconomique sur l'entrepreneuriat au Maroc, la majorité des experts interrogés dans le cadre de l'enquête GEM 2015 considèrent que les initiatives publiques en matière d'infrastructures physiques, et de procédures administratives sont déjà ambitieuses, néanmoins, ils sont presque unanimes pour dire qu'il y a une nécessité d'améliorer le système d'éducation et de formation, et de doter le pays des politiques proactives visant à encourager les initiatives entrepreneuriales. Le Maroc est le premier pays de la région MENA qui présente un écart aussi important, entre l'intention de création et le passage à l'acte. Ce taux atteint 31,36% au Maroc contre 19,61% en Tunisie.

D'autre part, les experts ont relevé de nombreuses contraintes au développement de l'entrepreneuriat notamment le système judiciaire et la législation, les lourdeurs administratives, le manque d'accompagnement et d'incitations fiscales, les difficultés d'accès aux marchés publics, les délais de paiement.

#### **Conclusion du chapitre**

L'analyse des déterminants de création d'entreprises au niveau individuel est de grande valeur de point de vue de la politique économique dans la mesure où elle aide à vérifier l'existence ou non des instruments qui pourraient stimuler l'activité entrepreneuriale.

En réalité, les behavioristes ont dominé le domaine d'entrepreneuriat pendant 20 ans (jusqu'au début des années 1980). Ils ont voulu savoir la nature de l'entrepreneur et quelles sont ses caractéristiques. À cause des limites de l'approche des traits, d'autres chercheurs ont plaidé pour tester l'influence des variables environnementales sur la décision entrepreneuriale.

Entreprendre exige principalement une mixture de qualités : la confiance en soi, la détermination, la persévérance, le sens d'organisation, l'adaptation au changement, la tolérance au stress, la créativité, le sens de communication et de relation. etc.

## **Chapitre 4**

### **Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb : analyses macros**

### **Introduction du chapitre**

En fonction des objectifs économiques, que les mesures en matière d'entrepreneuriat féminin pourraient être dirigées, soit pour développer le nombre d'entreprises dirigées par les femmes, soit pour augmenter la diversité de création des entreprises. En effet, les gouvernements doivent être bien informés de ce qu'ils désirent atteindre (augmenter le nombre de femmes entrepreneurs, ou bien accroître la part des femmes entrepreneurs parmi le total des entrepreneurs). De ce fait, dans le présent chapitre, nous développons trois analyses relatives aux déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans la région du Maghreb au niveau macro. Nous essayons aussi de diversifier dans les méthodes appliquées pour la mesure de l'activité entrepreneuriale (méthode absolue et méthode relative). La première analyse examine les déterminants de genre. Elle se fonde essentiellement sur la théorie de Kobeissi (2010) qui expose six variables liées au genre susceptibles d'affecter la création des entreprises dirigées par les femmes. La deuxième analyse examine des déterminants environnementaux qui affectent la création des entreprises féminines. Enfin, la troisième analyse se veut différente des deux analyses dans le sens où elle identifie les différences et les similarités de façon détaillée entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie en matière des déterminants environnementaux. Les deux dernières analyses économétriques se fondent sur les travaux empiriques de Verheul et al (2006).

### **Section 1 : Déterminants du genre dans le Maghreb**

L'entrepreneuriat féminin dépend à la fois de la place de l'entrepreneuriat dans la société et de la situation propre des femmes. C'est pourquoi les études ne doivent pas se limiter à l'examen des déterminants environnementaux de la société, mais aussi des déterminants de genre. À ce stade, l'analyse des déterminants de genre est d'une grande valeur dans la mesure où elle permet de vérifier l'existence ou non des instruments susceptibles de stimuler l'activité entrepreneuriale.

Spécifiquement, les études transnationales en entrepreneuriat féminin restent limitées et deviennent encore plus limitées quand il s'agit des études en dehors du cadre des pays développés (Kobeissi, 2010). Un des meilleurs exemples est la région du Maghreb qui est caractérisée par l'absence d'études sur les déterminants de la création des entreprises féminines dans le contexte national.

D'autre part, cette région demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière de l'activité entrepreneuriale en général et de l'activité d'entrepreneuriat féminin en particulier. Selon l'OCDE (2014), les économies de la région MENA ont la plus faible proportion de femmes employées au monde et un niveau de femmes entrepreneurs tout aussi faible.

Cela nous amène à étudier et à analyser certains facteurs qui peuvent favoriser ou entraver l'entrepreneuriat féminin dans la région du Maghreb (Algérie ; Tunisie ; Maroc). L'étude est fondée sur les déterminants du genre dans un contexte national. Ce dernier est qualifié de climat d'affaires défavorable à la création d'entreprises.

### 1. Les variables du genre

En dehors de quelques exceptions, comme Verheul et al., (2006) et Kobeissi (2010), très peu d'études se sont penchées sur le sujet des facteurs proprement liés aux femmes. Dans leur étude, Verheul et al., (2006) décrivent une liste de déterminants entrepreneuriaux à partir de trois différents courants de recherches. Deux facteurs qui sont relatifs au genre sont: *le programme de congé de maternité* et le facteur de *participation des femmes à la force de travail*. Les deux facteurs apparaissent influençant le taux d'activité entrepreneuriale des femmes.

En outre, dans une perspective "genrée", Kebeissi (2010), examine l'impact des variables de genre sur le niveau de l'activité entrepreneuriale des femmes dans 44 pays durant la période 1999-2004. Parmi cinq variables ciblées, l'auteur conclut que le niveau d'instruction féminine, l'étendue des activités économiques des femmes, le ratio des gains des femmes et le taux de fécondité sont statistiquement significatives dans toutes les estimations des deux variables dépendantes.

S'inspirant des travaux de Kebeissi (2010) et de Verheul et al.,(2006), le présent document examine l'impact de quatre variables de genre: *le niveau d'instruction féminine ; l'autonomisation des femmes ; le taux de fécondité* (Kebeissi, 2010) et *le taux de participation des femmes à la force de travail* (Verheul et al., 2006). Le choix des variables a été établi sur la base des sources statistiques disponibles.

### 1.1. Le niveau d'instruction féminine

L'accès à l'éducation et à l'enseignement supérieur est un atout pour l'activité des femmes. Les pays maghrébins ont fortement investi dans l'éducation au cours des 30 dernières années. Ils ont engagé plus de 5 % du PIB et près de 20 % du montant total des budgets nationaux dans l'éducation (Subrahmanyam, 2011). Selon le rapport de la Banque Mondiale « Égalité des genres et développement » paru en 2012, le Maroc a réussi à faire passer le taux de scolarisation des filles âgées de 6 à 12 ans, de 58 % en 1997, à 88 % en 2008 (Kabbaj, 2014). Les filles maghrébines sont de plus en plus nombreuses dans les universités, elles se retrouvent en majorité dans certaines filières (littéraire, pharmacie, droit) et bien peu dans les formations scientifiques.

En effet, l'accès des filles à l'université entre 1999 et 2009 est supérieur à celui des garçons en Algérie et en Tunisie, (Baudelot, 2013). Les efforts des filles pour acquérir une formation sont conçus aujourd'hui comme des actions destinées à procurer une activité professionnelle et des revenus.

Le système éducatif s'est grandement amélioré dans les trois pays au cours des 20 à 30 dernières années. Au Maghreb, l'enseignement est obligatoire et gratuit tant pour les garçons que pour les filles jusqu'au niveau universitaire. L'inégalité entre les sexes a été éliminée à certains niveaux d'instruction et il y a maintenant plus de femmes que d'hommes qui fréquentent l'université.

En contraste avec les grandes améliorations dans l'éducation, les femmes de tous les niveaux d'instruction ont des possibilités d'emploi très limitées. En général, aucun argument final n'existe sur la relation entre l'éducation et l'entrepreneuriat tant pour les hommes que pour les femmes, et la littérature fournit des résultats contradictoires (Blanchflower, 2004).

### 1.2. L'autonomisation du genre

La situation d'autonomisation de femmes dans le Maghreb est relativement meilleure que dans les autres pays arabo-musulmans. Les codes de travail dans cette région comportent bien des garanties légales protégeant les femmes travailleuses. En effet, selon l'article 5 bis du Code du Travail tunisien, il ne peut être fait de discrimination entre l'homme et la femme dans l'application des dispositions du code et des textes pris pour son application. D'autre part, l'ensemble des pays du Maghreb ont ratifié la Convention de l'OIT sur l'égalité des rémunérations.

Au Maroc, la part de l'emploi des femmes dans le secteur public a atteint un niveau d'égalité <sup>(1)</sup> avec les hommes. Et la Tunisie a été à l'avant-garde du monde arabe dans le domaine de l'égalité des femmes et de leur protection légale. Dans les années 1990, une série de réformes législatives en Tunisie ont renforcé les droits des femmes en termes du statut personnel, de l'état civil, des opportunités professionnelles (World Bank, 2015).

À vrai dire, l'autonomisation facilite la saisie des opportunités d'affaires offertes par l'écosystème, et sa protection par des lois et l'instauration de certaines idées et valeurs, telles que la confiance en soi, sont des facteurs cruciaux pour la carrière professionnelle.

Dans le même ordre d'idée, les femmes avec des niveaux élevés d'autonomisation reçoivent une meilleure protection par la loi, une égalité d'accès à l'éducation, une participation à la planification familiale, et une égalité d'accès à l'emploi (Hosken, 1994).

Tous les pays du Maghreb ont mis en place des réformes et des programmes d'aide à la création d'entreprises d'une façon égale entre les hommes et les femmes. À titre d'exemple, en Algérie, les jeunes femmes et hommes bénéficient, sans aucune discrimination, de ressources financières considérables dans le cadre des dispositifs Ansej, Cnac et Angem <sup>(2)</sup>.

Toutefois, un rapport de la Banque Mondiale se rapportant à la zone MENA explique que les lois qui sont neutres et aveugles face à la question de genre peuvent être moins favorables aux femmes et, par extension, à l'entrepreneuriat féminin (World Bank, 2007). Le rapport plaide pour une sorte de discrimination positive en faveur des femmes.

### 1.3. Taux de participation des femmes à la force de travail

Le taux de participation des femmes à la force de travail en Afrique du Nord demeure parmi les plus faibles au monde, estimé à 22,5% en 2015 (ILO, 2016). Beaucoup moins de femmes que d'hommes décident d'accéder au marché du travail dans la région maghrébine où le secteur public est le premier employeur. Les femmes sont présentes plus dans l'éducation et la santé.

En 2010, 18% de la population active féminine dans la zone MENA était en chômage, comparativement à 6 % dans le monde; et en moyenne 17 % des femmes sont employées

---

<sup>6</sup>Les statistiques 2010 : <http://www.ilo.org/ilostat/> [consulté le 31 Décembre 2015,12h00].

<sup>7</sup>ANSEJ: Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.

CNAC: Caisse Nationale D'assurance Chômage.

ANGEM: Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit

contre 68 % des hommes, ce qui est considéré de loin le taux le plus faible de l'emploi féminin dans le monde (OECD, 2013).

Toutefois, il reste beaucoup moins de femmes que d'hommes qui décident d'accéder au marché du travail dans la région maghrébine où le secteur public est le premier employeur. Ce dernier offre des salaires au-dessus des niveaux du marché ainsi que de généreux avantages non salariaux, notamment le congé de maternité (Stampini et Verdier-Chouchane, 2011).

### **1.4. Le taux de fertilité**

Au cours des deux dernières décennies, les femmes du Maghreb ont vu leur fécondité chuter considérablement. En effet, la croissance démographique s'est ralentie au cours des années 1990 avec la baisse du nombre d'enfants par femme. Le taux de fécondité est passé de 6 à 3,4 entre la période 1960-1994, puis à 2,05 en 2009. Comparativement au reste des pays arabes, ces taux demeurent des plus faibles (BAD, 2012).

Au Maroc, ce taux reste situé entre 2,2 et 2,7 pour l'année 2012 malgré l'élévation de l'âge moyen lors du mariage et de l'augmentation de la proportion des femmes célibataires (Kabbaj, 2014).

En Tunisie, dans une étude récente, la fécondité a cessé de baisser et semble rivée à 2,1 enfants par femme depuis 1999, et en Algérie après avoir atteint 2,2 dans la première moitié des années 2000, elle ne cesse d'augmenter depuis, atteignant presque 2,9 en 2010 (Bedidi et al., 2012).

En fait, d'après une enquête réalisée au Maroc, la majorité des femmes entrepreneurs interrogées ont plus d'un enfant et déclarent avoir créé leur entreprise lorsque leurs enfants étaient encore jeunes, et selon leur témoignage, le jeune âge de leur enfant n'a pas eu une influence négative sur leur projet entrepreneurial (Salmane, 2011).

Selon Bedidi et al.,(2012) le seuil de remplacement au Maroc n'est pas encore atteint, il continue de baisser rapidement jusqu'à 2,2. Par ailleurs, les femmes entrepreneurs avec enfants sont confrontées à une responsabilité supplémentaire, celle liée à la garde de leurs enfants. Au Maghreb, très souvent sont les grands-mères qui aident les mères travailleuses dans cette double responsabilité. À ce stade, différentes études indiquent que les femmes ont tendance à se livrer à l'entrepreneuriat afin de réserver plus de temps à leurs enfants (Williams, 2004).

Également, il convient de souligner cette nouvelle tendance des femmes au Maghreb de se marier à un âge plus tard et, parfois, après l'initiation d'une carrière professionnelle.

### 2. Méthodologie

En vue de confirmer ou d'infirmier notre hypothèse (1), la méthodologie suivie est celle de modéliser économétriquement en données de panel la relation entre la part des femmes entrepreneurs parmi la population totale des entrepreneurs, et un ensemble de variables explicatives de genre et d'environnement.

Les variables de genre correspondent au *niveau de scolarisation des femmes* ; à la *participation des femmes à la force de travail* ; au *taux de fertilité* et au *niveau d'autonomisation de genre*. Les variables environnementales, employées comme variables de contrôle, concernent: *le PIB par tête* ; *le taux de croissance de la population* ; *l'indicateur d'utilisation technologique* et *le taux d'imposition*. Toutes ces données sont relatives à trois pays de la région du Maghreb couvrant la période allant de 1998 à 2014.

De ce fait, la forme fonctionnelle des modèles à estimer est ainsi:

$$\log(Y)_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 \log(SCO)_{it} + \alpha_3 \log(PAR)_{it} + \alpha_4 \log(FER)_{it} + \alpha_5 \log(AUT)_{it} + \alpha_6 \log(PIBt)_{it} + \alpha_7 \log(POP)_{it} + \alpha_8 \log(INT)_{it} + \alpha_9 \log(IMP)_{it} + \varepsilon_{it}$$

[1]

où: Y= (nombre d'entreprises féminines enregistrées au cours de l'année) / (nombre total des entreprises enregistrées au cours de l'année),

SCO: le taux de scolarisation des femmes (niveau secondaire %),

PAR: la participation des femmes à la force de travail (%),

FER: le taux de fertilité (nombre d'enfants),

AUT: l'indice d'inégalité du genre (entre 0 et 1),

PIBt: le produit intérieur brut par habitant (\$ US courants),

POP: le taux annuel de croissance de la population (%),

INT: le taux d'utilisation de l'internet (%),

IMP: le taux d'impôts (% du bénéfice),

$\varepsilon_{it}$  : un terme d'erreur.  $i$ : 1, 2, et 3 relatifs à l'Algérie, le Maroc et la Tunisie respectivement, et  $t$  : période de l'étude, de 1997 à 2014.

Log : logarithme népérien.

Du point de vue économétrique, deux spécifications peuvent être distinguées, une forme fonctionnelle à effet fixe ou à effet aléatoire.

- La forme fonctionnelle du modèle à effet fixe :

$$\log(Y)_{it} = v_i + \alpha_1 + \alpha_2 \log(SCO)_{it} + \alpha_3 \log(PAR)_{it} + \alpha_4 \log(FER)_{it} + \alpha_5 \log(AUT)_{it} + \alpha_6 \log(PIBT)_{it} + \alpha_7 \log(POP)_{it} + \alpha_8 \log(INT)_{it} + \alpha_9 \log(IMP)_{it} + \varepsilon_{it} \quad [2]$$

où  $v_i$  est un effet fixe spécifique à chaque pays.

- La forme fonctionnelle du modèle à effet aléatoire :

$$\log(Y)_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 \log(SCO)_{it} + \alpha_3 \log(PAR)_{it} + \alpha_4 \log(FER)_{it} + \alpha_5 \log(AUT)_{it} + \alpha_6 \log(PIBT)_{it} + \alpha_7 \log(POP)_{it} + \alpha_8 \log(INT)_{it} + \alpha_9 \log(IMP)_{it} + (u_{it} + v_{it}) \quad [3]$$

où:  $\varepsilon_{it} = (u_{it} + v_{it})$

### 2.1. La variable dépendante

Cette étude de données de panel sur 17 ans couvre la période allant de 1998 à 2014 et se rapporte à l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Les femmes entrepreneurs contribuent à la création d'emplois et la croissance économique par leur nombre (terme absolu) et par leur diversité entrepreneuriale (terme relatif) dans le processus économique (Verheul et Thurik 2001).

Ainsi, il est important d'investiguer à la fois l'entrepreneuriat féminin comme une partie de la population des femmes actives, ou comme une partie du nombre total d'entrepreneurs.

Dans cette analyse, la variable dépendante représente le rapport des entreprises féminines enregistrées annuellement au total des entreprises enregistrées. C'est en raison de l'importance de sa contribution à la diversification dans les économies que l'entrepreneuriat féminin peut être mesuré en termes relatifs, c'est-à-dire la part des entreprises féminines parmi le total des entreprises (Verheul et al., 2006).

Pour ce faire, les données ont été directement obtenues auprès des organismes chargés d'immatriculation de nouvelles entreprises dans les trois pays (voir annexe 1). Les entreprises féminines englobent l'ensemble des sociétés morales dont le chef d'entreprise est une femme. De ce fait, les personnes physiques et les sociétés informelles sont exclues de cette étude.

Selon la définition de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc, nous entendons par « femme chef d'entreprise » une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général ; vice-président directeur général ; président du conseil de surveillance ; président ou membre de directoire ; administrateur directeur général ; directeur général ; directeur général adjoint ; gérante ou cogérante (AFEM,2010).

### 2.2. Les variables indépendantes

Pour les variables indépendantes, les données nationales sont recueillies auprès de diverses sources, les variables telles que le *taux de fertilité*, le *taux de participation des femmes à la force de travail*, le *PIB par habitant*, le *taux de croissance de la population* et le *taux d'utilisation de l'internet* concernent les indicateurs de développement dans le monde (WDI) fournies par la Banque Mondiale.

Quant à *l'indice d'autonomisation des femmes* et la variable du *taux d'instruction féminine*, sont collectés auprès de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement. Enfin, la base de données "Doing Business" a servi pour recueillir les *taux d'impôts* (voir annexe1).

En vue d'aborder *les déterminants du genre*, nous utilisons des indicateurs indirects (proxy) adéquats pour présenter chacune des variables indiquées dans l'équation [1]. L'environnement féminin est introduit par le niveau de scolarisation des femmes (SCO); la valeur de l'autonomisation des femmes (AUT); le taux de fertilité (FER); et le niveau de participation des femmes à la force de travail (PARF).

*Le niveau d'instruction des femmes* représente le pourcentage des femmes inscrites au niveau secondaire.

*L'autonomisation du genre* est fondée sur un indice d'inégalité. Elle évalue l'égalité hommes-femmes sur un territoire donné. Nous retrouvons dans les données que nous allons exploiter, deux indices de PNUD: l'indicateur de participation des femmes à la vie

économique et politique (IPF), pour nos données antérieures à l'année 2010 ; et l'indice d'inégalités de genre (IIG), pour les données ultérieures à cette année.

*Le taux de participation féminine à la force de travail* mesure la part de la population féminine disposant d'un emploi ou à la recherche d'emploi par rapport à la population féminine en âge de travailler.

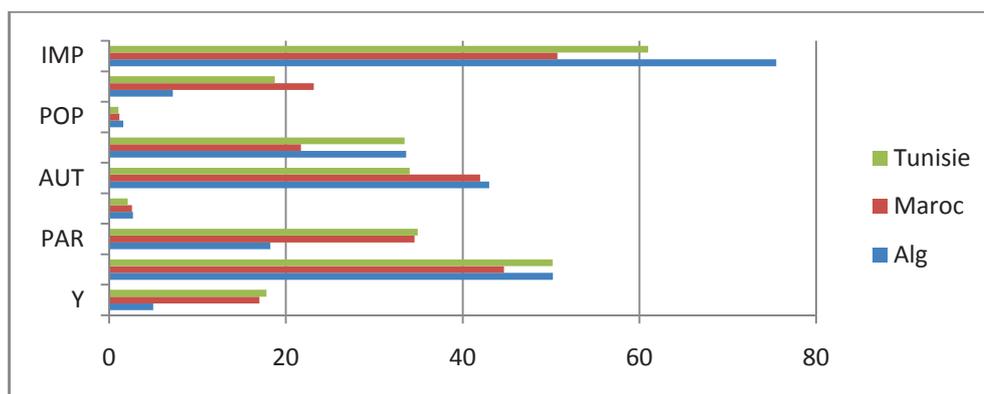
Enfin, *le niveau de fertilité* traduit le nombre d'enfants nés d'une femme si elle vivait jusqu'à la fin de sa période de fécondité.

Pour cette étude, les variables de contrôle sont des variables environnementales, à savoir le PIB par tête (facteur économique) ; le taux de croissance de la population POP (facteur démographique) ; le taux d'impôts IMP (facteur institutionnel) et le taux d'internet INT (facteur de développement technologique). L'annexe (1) fournit plus de détails sur les sources de l'ensemble des variables.

### 3. Analyse des résultats économétriques

Avant d'entamer l'analyse économétrique, il convient de signaler que les valeurs de la variable dépendante sur l'ensemble de la période examinée se rapprochent beaucoup entre la Tunisie et le Maroc. Par contre, l'Algérie enregistre des valeurs plus faibles. La valeur la plus élevée est enregistrée en Tunisie, en 2011: (22,67) et la valeur la plus faible est enregistrée en Algérie, en 1997: (1.62). L'annexe (2) fournit plus de statistiques descriptives.

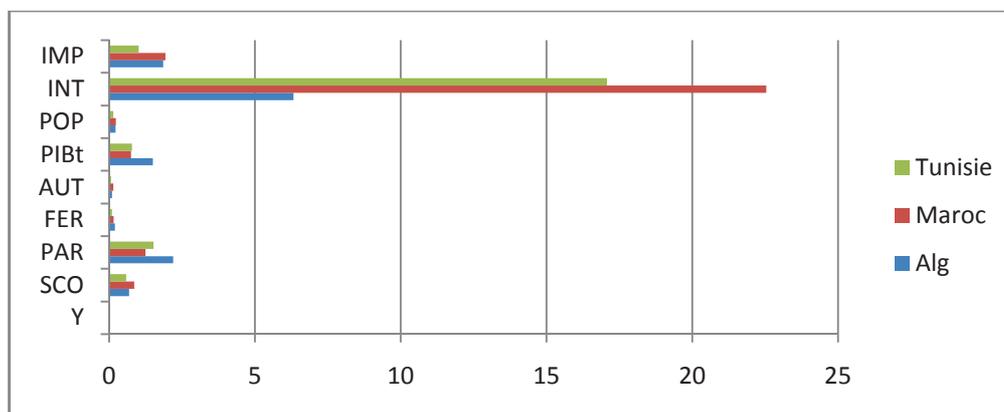
Figure (1): La moyenne des variables



Source: établi par l'étudiant

Nous observons à partir de la figure 1 que les taux d'imposition sont plus importants en Algérie qu'ailleurs. De même, le taux d'autonomisation est le meilleur dans ce pays. Cependant, le taux d'activité entrepreneuriale des femmes le plus faible est enregistré aussi en Algérie.

Figure (2) les écarts type des variables



Source: établi par l'étudiant

Nous observons que la valeur d'écart-type de la variable dépendante est semblable pour les trois pays. Mais, celles de l'autonomisation et de la fertilité sont très approximatives.

En s'appuyant sur le test de Hausman (1978), le modèle approprié pour estimer l'équation [1] est celui qui est à effet aléatoire. Le logiciel Stata 11 est employé pour obtenir les résultats d'estimation économétrique en application de la méthode des moindres carrées générales (GLS). Les variables incluses dans le modèle de la colonne (A) sont celles qui sont relatives au genre (voir tableau 17).

Nous observons que la variable d'instruction féminine est positive et statistiquement significative au seuil de 5%. Celle-ci signifie que l'éducation des femmes influe positivement sur leur entrepreneuriat. Quant à la variable de participation des femmes à la force de travail, son influence apparaît aussi positive et très significative (seuil de signification à 1%).

Contrairement à la formulation de notre hypothèse (4), la variable de fertilité apparaît avec un signe négatif. Cette variable est significative au seuil de 5%. Cela signifie que le fait d'avoir plus d'enfants diminue la probabilité de s'engager dans une activité entrepreneuriale. La variable d'autonomisation quant à elle n'est pas significative dans cette régression.

D'autre part, dans les colonnes (B), (C) et (D), l'idée est d'introduire à chaque fois une nouvelle variable de contrôle dans la régression. La scolarisation des femmes cette fois-ci perd toute sa signification, ce qui laisse déduire que son impact est moins important par rapport à d'autres variables de genre.

Cependant, dans les trois modèles, la variable de taux de fertilité apparaît à nouveau négative et très significative. Il en va de même pour la variable de participation féminine à la force de travail qui demeure positive et très significative. En outre, la variable d'autonomisation de genre s'avère statistiquement significative au seuil de 5% (colonne D) mais avec une association négative ce qui signifie que l'activité entrepreneuriale augmente avec la baisse de l'indice d'inégalité de genre.

Il est important de rappeler qu'une baisse dudit indice reflète une amélioration dans l'égalité de genre. D'autre part, le niveau de PIB par tête est lié positivement à l'entrepreneuriat féminin et statistiquement significatif dans les trois estimations au seuil de 5% et 10%.

Enfin, l'introduction de toutes les variables (colonne E) montre que les deux variables: la participation des femmes à la force de travail et la variable d'autonomisation, sont très significatives (seuil de signification de 1%).

La variable de participation féminine à la force de travail est liée positivement à l'entrepreneuriat féminin par contre l'association de la variable d'autonomisation est négative. Ces deux résultats valident les deux hypothèses (2) et (3). Pour la variable du taux de fertilité, elle est négative et statistiquement significative au seuil de 5%.

Concernant la variable du taux de scolarisation féminine, elle n'apparaît pas significative dans ce modèle. Cela nous amène à déduire que même si l'hypothèse (1) est validée dans une certaine mesure (la variable SCO est significative dans le modèle A), l'impact de sa variable explicative semble être moins important sur l'activité entrepreneuriale des femmes que celui des autres variables de genre.

D'autre part, la seule variable environnementale qui s'avère statistiquement significative est la variable institutionnelle. À cet égard, le taux d'imposition qui apparaît avec un signe négatif, traduit bien relativement l'image du climat défavorable à la création des entreprises féminines au Maghreb.

## Chapitre 4: Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, analyses macros

Tableau (17): Résultats d'estimation économétrique

variable dépendante:					
log(y2)					
Variables indépendantes	coefficients				
	A	B	C	D	E
C	-16,22*** (4,08)	-3,70 (6,92)	-2,97 (7,34)	1,28 (9,10)	-6,65 (9,58)
Log (SCO)	1,83** (0,85)	-1,35 (1,67)	-1,51 (1,75)	-2,65 (2,36)	1,40 (3,21)
Log (PAR)	2,36*** (0,16)	1,88*** (0,26)	1,88*** (0,27)	1,59*** (0,33)	1,31*** (0,34)
Log (FER)	-0,94** (0,41)	-1,99*** (0,62)	-2,11*** (0,74)	-2,42*** (0,83)	-1,76** (0,86)
Log (AUT)	-0,001 (0,08)	-1,16 (0,11)	-0,16 (0,11)	-0,19** (0,09)	-0,31*** (0,11)
Log (PIBt)	-	0,28** (0,12)	0,27** (0,13)	0,46* (0,26)	035 (0,26)
Log (POP)	-	-	0,06 (0,20)	-0,08 (0,20)	-0,0001 (0,20)
Log (INT)	-	-	-	-0,03 (0,03)	-0,02 (0,03)
Log (IMP)	-	-	-	-	-1,62** (0,79)
Effet fixe	/	/	/	/	/
Effet aléatoire	Oui	Oui	oui	oui	Oui

Test deWald	957,79	1037,14	1017,94	1170,49	1264,20
Prob (Wold)	0,0000	0,000	0,000	0,000	0.000
Nb .Obs	54	54	54	50	50
R squared	0,95	0,85	0,95	0,96	0,96

NB. Les valeurs entre parenthèse sont les écarts types, les \*,\*\* et \*\*\* signifient que la variable est significative au seuil de 1%, 5% et 10% respectivement.

### 4. Discussion

Il est constaté une relation plus au moins positive entre *l'instruction des femmes* et leur niveau d'activité entrepreneuriale. Relativement, ce résultat corrobore celui de Kobeissi (2010). Dans son étude, Kobeissi démontre l'existence d'une relation positive entre les deux variables aussi bien pour les pays développés que pour les pays en voie de développement. Selon lui, la formation est un facteur qui favorise l'identification des opportunités entrepreneuriales.

En ce sens, l'éducation permet d'améliorer les compétences individuelles pour le lancement des entreprises (Honig,2004), ainsi que les habilités cognitives des personnes pour évaluer les opportunités disponibles sur les marchés (Detienne et Chandler, 2004). Les auteurs Jiménez et al.,(2015) témoignent que l'enseignement secondaire booste l'activité entrepreneuriale à travers la réduction du risque perçu, le renforcement du capital humain et l'acquisition de plus d'auto-confiance.

À ce niveau, les femmes entrepreneurs maghrébines trouvent relativement dans l'éducation un espace de développement de connaissances qui leur permettent de se lancer probablement dans une démarche entrepreneuriale. De même, l'enseignement des valeurs et des idéaux à l'école peut susciter chez elles le sentiment d'aspiration individuelle et de bonne volonté de réussir. En fait, l'éducation peut créer un ensemble d'entrepreneurs possibles d'être attirés par les avantages immatériels de l'entrepreneuriat, comme l'autonomie et l'accomplissement personnel (Jiménez et al.,2015).

En conclusion, selon un travail couvrant huit pays arabes dont l'Algérie et le Maroc, les femmes entrepreneurs peuvent être décrites comme éduquées et titulaires de certificats de postsecondaire ou plus (Hattab,2012). Il faut noter aussi que la relation entre l'éducation et l'entrepreneuriat pourrait ne pas être directe, dans le sens où une meilleure éducation améliore

également la probabilité de participation à la population active féminine (Psacharopoulos et Tzannatos 1989).

À ce niveau, les femmes entrepreneurs maghrébines trouvent relativement dans l'éducation un espace de développement de connaissances qui leur permettent de se lancer probablement dans une démarche entrepreneuriale. Par exemple, dans les pays en voie de développement comme dans notre région maghrébine, l'investissement dans les infrastructures d'économie de temps, comme les routes, le transport, l'eau, et l'énergie améliore l'accès aux écoles, et réduit le temps consacré aux responsabilités familiales, et par conséquent, il libère du temps pour aller à l'école et participer à des activités productives (Banque mondiale, 2001).

Quant à la *participation des femmes à la force de travail*, cette variable influence positivement l'activité entrepreneuriale. De façon claire, le taux d'entrepreneuriat augmente avec le croisement du taux de participation des femmes à la force de travail. Intuitivement, si le taux de participation des femmes à la force de travail - comprenant aussi bien des salariées que des entrepreneurs - augmente, il impliquera systématiquement une augmentation dans le taux d'entrepreneuriat féminin.

Ce raisonnement contredit néanmoins celui de Verheul et al., (2006) qui expliquent plutôt une relation négative entre les deux variables en raison de la part importante des entreprises informelles situées dans certains pays tels que l'Inde et la Russie. De son côté, Black et al.,(2014) montrent que le taux de participation des femmes mariées à la force de travail est en corrélation négative avec le temps de déplacement métropolitain.

En conséquence, Patrick et al., (2016) admettent que l'entrepreneuriat peut offrir à ces femmes la possibilité de réduire de manière significative le temps de déplacement en travaillant à domicile pour bénéficier de programmation flexible.

Les auteurs Mujahid et Zafar (2013) confirment que l'éducation féminine demeure un indicateur majeur de participation des femmes à la force de travail. À ce stade d'analyse, il s'avère que la probabilité qu'une femme au Maghreb participe à la population active augmente avec l'évolution de son niveau d'instruction.

Par conséquent, la population des femmes actives est devenue de plus en plus éduquée dans cette région. En plus des salaires perçus, le travail des femmes permet l'acquisition du savoir-faire et de l'expérience qui pourraient servir d'atouts potentiels pour le lancement de projets de création d'entreprises (Taniguchi, 2002).

Au Maghreb, si les franges jeunes et instruites de la population féminine," ont tendance à exprimer un comportement d'activités qui se rapproche de celui des hommes, il n'en demeure pas moins qu'une proportion non négligeable de femmes sont obligées, ou préfèrent s'adonner à des activités informelles " (Bouzina-Oufriha, 2016).

En effet, selon une étude récente de la BERD, le marché informel représente une part très importante de la croissance au Maroc (40% du PIB en 2014). Ce secteur concerne plus particulièrement les jeunes et les femmes en zones rurales où il leur offre la seule alternative d'emploi (Zgheib,2015).

Dans le même ordre d'idée, une autre composante de femmes actives qui peut influencer positivement sur le niveau d'activité entrepreneuriale est celle des femmes en chômage. Effectivement, le phénomène du chômage est important au milieu des femmes de la région auxquelles un volume important de microcrédits leur est dédié à l'image du dispositif ANGEM en Algérie en vue de créer des activités marchandes.

Yunus (2007) témoigne que la création d'entreprises par les femmes au Madagascar était essentiellement motivée par le chômage et la pauvreté.

Pour ce qui est de *la fécondité*, les résultats des différentes estimations font ressortir une association négative et très significative entre le taux de fertilité et l'activité entrepreneuriale des femmes. Noseleit (2014) qui a utilisé des variables instrumentales a obtenu par contre un résultat opposé. Il en va de même pour Kobeissi (2010) qui a trouvé que les femmes avec enfants recourent plus à l'entrepreneuriat afin de satisfaire leurs différents besoins. Selon lui, des enfants additionnels augmentent la probabilité de création d'entreprises chez les femmes.

Il est à déduire que la femme entrepreneur maghrébine se distingue par le fait qu'elle est moins encline à l'entrepreneuriat avec la hausse du nombre d'enfants.

Ce constat ressemble à la situation des femmes des pays de l'OCDE dans les années 1960/70 où leur entrée en force au marché du travail était accompagnée de faibles taux de fertilité. Le faible intérêt des femmes mariées du Maghreb pour l'entrepreneuriat peut trouver sa justification dans les difficultés de trouver des centres de garde pour leurs enfants, notamment les femmes qui résident hors des zones urbaines.

Toutefois, la taille de la famille maghrébine est très grande, et les filles plus âgées ont tendance à prendre soin de leurs jeunes frères et de leurs sœurs et à aider les parents dans leurs tâches ménagères et dans leurs affaires familiales (Taniguchi, 2002), et souvent sont aussi les grands-mères qui aident les mères qui travaillent à élever leurs enfants.

Similairement, *la variable d'autonomisation*, elle aussi a un effet négatif sur l'activité des femmes entrepreneurs. En fait, l'égalité des sexes et l'autonomisation du genre qui sont constitutionnellement approuvées au Maghreb ont éventuellement contribué à l'augmentation des entreprises féminines.

À titre comparatif, l'étude de Kobeissi (2010) affiche toutefois des résultats contradictoires entre les pays du monde. À vrai dire, les stéréotypes masculins de l'entrepreneuriat peuvent freiner les femmes de tenter l'idée de création de nouvelles entreprises (Bird et Brush, 2002) en l'absence d'un cadre réglementaire motivant leur autonomisation.

Face à la réalité de la rareté des femmes entrepreneurs dans la région, les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin ne doivent pas se contenter de textes réglementaires et législatifs, mais ils ont besoin de plus de travail institutionnel visant le changement des perceptions et des stéréotypes à l'égard des femmes.

Force est de constater que les normes et les valeurs culturelles sont très dominantes dans les pays arabo-musulmans, et par conséquent le phénomène d'entrepreneuriat féminin se trouve influencé (Jamali et al., 2005).

Cette étude a voulu être focalisée sur les variables de genre, toutefois, le rôle de l'environnement demeure catalyseur dans les activités entrepreneuriales. Les facteurs environnementaux s'avèrent plus ou moins démotivants à l'acte entrepreneurial des femmes à l'exception de la variable économique (PIB par habitant).

Pour illustrer cela, prenant l'exemple de l'année 2008 (située au milieu de la période d'étude), *le PIB par habitant* était de 4.041 ; 3.759 et 2.720 dollars US <sup>(3)</sup> en Algérie, en Tunisie et au Maroc respectivement. En réalité, dans des pays comme ceux du Maghreb où le PIB par tête est relativement faible, il semble que toute amélioration de l'économie qui est

---

<sup>3</sup>Différentes statistiques de la Banque mondiale et du FMI. 2009.

suivie fréquemment par l'augmentation des salaires favorise les femmes à créer leurs entreprises (EIM/ENSR,1996).

De même, il n'en demeure pas moins qu'à des niveaux faibles de PIB par habitant, le secteur d'entrepreneuriat peut offrir des possibilités d'emploi et de création d'entreprises (Audretsch, 2007). Pratiquement, le secteur qui attire plus les femmes entrepreneurs maghrébines est le secteur des services.

Wennekers et al.,(2005) témoignent qu'il est très fréquent de constater que l'augmentation de la richesse tend à être accompagnée d'une évolution de la taille du secteur des services .

*Le développement technologique* quant à lui, mesuré par le niveau d'utilisation de l'internet, n'est pas significatif. L'utilisation de l'internet dans le commerce est encore très limitée dans la région en raison du manque de possibilités de paiement sur le Net.

Un autre facteur non significatif est *la croissance de la population*. La croissance démographique qui est supposée tirer la hausse de la demande des produits et services ne semble pas capter l'intérêt des femmes. En fait, les femmes tendent moins que les hommes à devenir des entrepreneurs (Delmar et Davidsson, 2000), et peut être, le choix de démarrer une affaire est plus complexe pour les femmes que pour les hommes (Minniti, 2009). Au Maghreb, nous estimons que l'identification des opportunités est plus difficile pour les femmes que pour les hommes.

En revanche, *la variable d'imposition* s'avère démotivante et décourageante pour les femmes créatrices d'entreprises. Selon Bruce et Mohsin (2006), certains tests de causalité confirment que les impôts peuvent avoir une influence significative sur le niveau d'entrepreneuriat. En dépit des avantages fiscaux dédiés à la création de nouvelles entreprises, le système fiscal maghrébin semble constituer un obstacle à l'émergence des entreprises féminines.

En raison de cette difficulté, les gouvernements du Maghreb se sont lancés dans une série de réformes visant à rapprocher l'administration fiscale des contribuables et à réduire la pression fiscale. Toutefois, il est convenu que les administrations au Maghreb souffrent de bureaucratie, de corruption et de manque de transparence notamment en Algérie et en Tunisie. De ce fait, des études futures relatives à d'autres facteurs institutionnels s'imposent fortement en vue d'explorer véritablement l'impact sur l'entrepreneuriat féminin.

### 5. Synthèse de l'analyse

En guise de conclusion, l'objet de cette première analyse est de déterminer comment les facteurs de genre peuvent influencer la création de nouvelles entreprises dirigées par les femmes dans la région du Maghreb. Pour ce faire, une modélisation économétrique en données de panel a été mise en application dont la variable à expliquer est la part des entreprises dirigées par les femmes, et les variables explicatives sont celles qui sont relatives au genre. Cette étude souligne que le *taux de fertilité*, *l'autonomie des femmes* et la *participation des femmes à la force de travail* sont statistiquement significatives dans les deux estimations, et *l'instruction des femmes* est significative dans une seule estimation.

### Section 2: Les déterminants environnementaux de l'entrepreneuriat

Force est de constater que les spécialistes en entrepreneuriat accordent de plus en plus une attention particulière aux variables au niveau national (macro), spécifiquement, les différences de taux d'activité entrepreneuriale entre pays. À ce stade, la comparaison inter-pays pose de grands défis, notamment à cause des différences institutionnelles souvent fortes comme le cas de la fiscalité.

Dans cet esprit, il convient d'examiner les facteurs qui favorisent les femmes dans cette région à s'engager dans la création d'entreprises. Cela va certainement aider les parties prenantes non seulement à comprendre les déterminants d'entrepreneuriat féminin au niveau national, mais aussi à les comparer avec ceux des autres pays et proposer des mesures pour les développer.

Étant donné le manque d'études sur l'entrepreneuriat féminin au niveau macro, les spécialistes accordent de plus en plus une attention particulière aux variables liées au niveau national. Ainsi, l'objet de cette section est de permettre une compréhension des facteurs nationaux qui favorisent l'émergence des entreprises dirigées par les femmes au Maghreb puisque l'entrepreneuriat féminin - ressource sous-utilisée - dans cette région mérite une attention particulière pour contribuer à la dynamique économique. L'étude est fondée sur les déterminants économiques et institutionnels dans trois pays du Maghreb.

### 1. Méthodologie

En vue de confirmer, ou d'infirmer, les hypothèses H2 et H3 de notre étude, la méthodologie suivie est celle de modéliser économétriquement en données de panel la

relation entre la part de nouvelles entreprises dirigées par les femmes pour 10 000 femmes en âge de travailler (les 15-64 ans) avec des variables explicatives relatives à l'environnement économique et institutionnel.

Les variables économiques sont le *PIB par habitant*, le *taux de chômage* et le *taux d'inflation* tandis que les variables institutionnelles concernent *le taux fiscalité*, *les coûts d'entrée*, et *la corruption*. Toutes ces données se rapportent aux trois pays de la région du Maghreb: l'Algérie, le Maroc et la Tunisie dont la période de l'étude va de 1998 à 2014.

Le choix de ces variables se justifie par la disponibilité des données ainsi que par l'importance y accordée par les chercheurs en entrepreneuriat (Ex: Wenekers et al., (2002); Verheul et al.,(2002); Verheul et al., (2006); Kebaissi, (2011)).

De ce fait, la forme fonctionnelle des modèles à estimer est ainsi:

$$\log(Y)_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 \log(\text{PIB})_{it} + \alpha_3 \log(\text{Chom})_{it} + \alpha_4 \log(\text{Infla})_{it} + \alpha_5 \log(\text{Fisc})_{it} + \alpha_6 \log(\text{Cout})_{it} + \alpha_7 (\text{Corup})_{it} + \varepsilon_{it} \quad [1]$$

Où: Y est la part des nouvelles entreprises dirigées par des femmes pour 10 000 femmes en âge de travailler.

Les abréviations PIB, Chom, Infla, Fisc, Coût et Corrup sont respectivement le produit intérieur brut par habitant, le taux de chômage, le taux d'inflation, le taux d'imposition, les coûts d'entrée et la corruption. Le  $\varepsilon_{it}$  est un terme d'erreur.

i: 1, 2, et 3 relatifs à l'Algérie, le Maroc et la Tunisie respectivement. t est la période de l'étude, allant de 1998 à 2014.

Log : est le logarithme népérien.

En vue d'estimer la forme fonctionnelle de l'équation n° [1], deux types de modèles s'imposent. Il s'agit du modèle à effet fixe et du modèle à effet aléatoire.

- le Modèle à effet fixe

$$\log(Y)_{it} = v_i + \alpha_1 + \alpha_2 \log(\text{PIB})_{it} + \alpha_3 \log(\text{Chom})_{it} + \alpha_4 \log(\text{Infla})_{it} + \alpha_5 \log(\text{Fisc})_{it} + \alpha_6 \log(\text{Cout})_{it} + \alpha_7 (\text{Corrup})_{it} + \varepsilon_{it} \quad [2]$$

où  $v_i$  est un effet fixe spécifique à chaque pays

- Le Modèle à effet aléatoire:

$$\log(Y)_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 \log(\text{PIB})_{it} + \alpha_3 \log(\text{Chom})_{it} + \alpha_4 \log(\text{Infla})_{it} + \alpha_5 \log(\text{Fisc})_{it} + \alpha_6 \log(\text{Cout})_{it} + \alpha_7 (\text{Corrup})_{it} + (u_{it} + v_{it}) \quad [3]$$

où:  $\varepsilon_{it} = (u_{it} + v_{it})$

Il est à noter que pour sélectionner le meilleur modèle, nous avons recouru au test de Hausman (1978).

### 1.1. La variable dépendante

Cette étude en données de panel couvrant la période allant de 1998 à 2014 se rapporte à l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. La variable dépendante représente l'activité annuelle de l'entrepreneuriat féminin. En termes plus clairs, elle représente le rapport annuel des entreprises féminines enregistrées au total de la population active féminine. C'est en raison de l'importance de sa participation à la croissance du nombre de femmes entrepreneurs au sein de la population féminine que l'entrepreneuriat féminin peut être mesuré en termes absolus, c'est-à-dire la part des dirigeantes d'entreprises féminines parmi le total des femmes actives (Verheul et al., 2006).

Pour notre travail, les données sont directement obtenues auprès des organismes chargés d'immatriculation de nouvelles entreprises dans les trois pays (voir annexe 1). Les entreprises féminines englobent l'ensemble des sociétés morales dont le chef d'entreprise est une femme.

À ce titre, les personnes physiques et les sociétés informelles sont exclues de cette étude. Selon la définition de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc, nous entendons par « Femme chef d'entreprise » une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général, vice président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général, directeur général, directeur général adjoint, gérante ou cogérante (AFEM, 2010).

### 1.2. Les variables indépendantes:

Pour les variables indépendantes, les données nationales sont recueillies auprès de diverses sources. Les variables : le *PIB par habitant*, le *taux de chômage féminin* et le *taux d'inflation* sont des indicateurs de développement dans le monde (WDI) fournies par la

Banque Mondiale. Quant à *l'indice de corruption* (l'un des indicateurs mondiaux de gouvernance), est collecté auprès de la Banque Mondiale. De plus, la base de données "Doing Business" a servi pour recueillir les taux d'impôts pratiqués et les coûts d'entrée (voir annexe 1).

En vue d'aborder *les déterminants économiques et institutionnels*, nous utilisons des indicateurs indirects (proxy) adéquats pour présenter chacune des variables indiquées dans l'équation[1]. Ils sont introduits par le PIB par habitant (gdp/t); le taux de chômage féminin (chomf); le taux d'inflation (infl); les coûts d'entrée (coût) ; les taux d'impôts (impôt); et l'indice de corruption (corrup).

*Le PIB par habitant* représente le produit intérieur brut (\$ US courants) divisé par la population en milieu d'année.

*Le taux de chômage féminin* fait référence à la part de la population active féminine qui est sans emploi, mais qui est disponible pour et à la recherche d'un emploi.

*Le taux d'inflation* tel que mesuré par l'indice des prix à la consommation reflète les variations du coût d'un panier de biens et services achetés par le consommateur moyen.

*Le coût d'entrée* mesure le coût de démarrage d'une entreprise comme un pourcentage du revenu par habitant d'un pays.

*Le taux d'impôts* représente le total des prélèvements obligatoires (fiscaux et sociaux) effectués sur les bénéfices bruts.

*L'indice de corruption* évalue dans quelle mesure la puissance publique est exercée à des fins privées en incluant à la fois les petites et grandes formes de corruption, de même que la façon dont l'État a été capté par les élites et les intérêts privés. Les scores de l'indice se situent entre (-2,5) et (2,5) , plus ce score est positif, plus le pays démontre une maîtrise de la corruption, et inversement , si le pays obtient un score négatif, il y a une faible maîtrise de la corruption.

### 2. Analyse des résultats économétriques

Les résultats d'estimation de l'équation [2] et [3] consignés dans le tableau n° 18 se servent du logiciel Stata 11. La variable dépendante est la part des nouvelles entreprises dirigées par les femmes pour 10 000 femmes en âge de travailler, tandis que celles qualifient

d'explicatives sont le PIB par habitant, le taux de chômage, le taux d'inflation, les couts d'entrée, la fiscalité et la corruption.

**Tableau (18) : résultats d'estimation économétrique:**

variable dépendante: log(Y)		
Variables	Coefficients (A): Modèle à effet fixe	Coefficients (B) : Modèle à effet aléatoire
log(gdp)	0,46***	-0,07
log(chom)	0,03**	-0,08
log(infl)	-0,11	-0,12**
log(cout)	-0,27	-0,84***
log(fisc)	-2,1	-7,35***
corrup	-0,8***	-0,38***
C	8,31	36,16***

Le test de Hausman (1978) a été utilisé pour identifier parmi les deux modèles celui qui est le plus approprié pour analyser la relation entre la variable dépendante et les variables explicatives. Les résultats du test montrent que le modèle approprié est celui qui est à effet fixe, car la probabilité de rejeter H0 (H0: le meilleur modèle est le modèle à effet aléatoire) à tort est inférieure à 0,05.

De ce fait, en se référant aux résultats contenus dans la colonne (A), le PIB par habitant apparaît statistiquement très significatif (au seuil de 1%) et influence positivement l'entrepreneuriat féminin dans les trois pays retenus. Le taux de chômage est également significatif au seuil de 5% avec un effet positif sur la création des entreprises féminines. Cependant, la variable relative à la corruption est significative au seuil de 1% et influence négativement l'entrepreneuriat féminin dans les trois pays étudiés.

Par ailleurs, les variables relatives au taux d'inflation, à la fiscalité et au coût d'entrée ne sont pas significatives du point de vue statistique, toutefois, le signe négatif de ces trois variables peut se référer à l'impact négatif des variables sur l'entrepreneuriat féminin.

### 3. Discussion

Il est constaté une relation positive entre *le revenu par habitant* et leur niveau d'activité entrepreneuriale des femmes. Ce résultat corrobore celui de García et al, (2010) qui ont utilisé le revenu par habitant et le chômage dans une perspective macro et micro dans des régions espagnoles pour expliquer l'ajustement entre le taux estimé et le taux optimal de l'entrepreneuriat. Ils ont identifié une relation positive entre le développement économique et l'intensité entrepreneuriale.

Dans la région du Maghreb, il nous semble qu'à mesure que le niveau de développement économique s'accroît, le nombre d'entreprises créées par des femmes motivées par opportunités augmente aussi. La croissance économique et la politique sociale proactive mise en œuvre au Maghreb ont entraîné la hausse du PIB par habitant et l'amélioration des indicateurs sociaux. Suivant la plus récente édition de GEM, les raisons citées par les femmes marocaines pour devenir entrepreneurs sont liées principalement à l'espoir de profiter d'une opportunité d'affaire (El Ouazzani, 2016). En réalité, dans des régions (telles que la nôtre) où le PIB par tête est relativement faible, il semble que toute amélioration de l'économie, accompagnée fréquemment d'une augmentation des salaires, stimule la création des entreprises par les femmes (EIM/ENSR,1996).

Similairement au PIB par habitant, la variable du *taux de chômage féminin* a aussi un effet positif sur l'activité des femmes entrepreneurs. Les femmes sont plus exposées au chômage dans la région maghrébine, et pour elles le fait de créer une entreprise constitue l'une des principales opportunités d'emploi. En effet, dans la région MENA, où les taux de participation à la main-d'œuvre féminine sont les plus bas dans le monde, l'entrepreneuriat peut offrir de nouveaux horizons pour les femmes qui souhaiteraient générer leurs propres revenus (Hassine, 2016).

Les taux de chômage les plus élevés affectent les jeunes filles qui arrivent sur le marché du travail avec un niveau d'éducation intermédiaire à élevé. Nous pouvons avancer qu'à mesure que le niveau de chômage s'accroît, l'entrepreneuriat féminin *motivé par*

*nécessité* augmente. En fait, lorsque le niveau de chômage est élevé, les femmes peuvent être poussées vers l'activité entrepreneuriale pour échapper au chômage.

Ce résultat est cohérent avec l'étude de Martinez-Granado (2002) qui constate que les chômeurs sont vraisemblablement plus intéressés à lancer leurs propres entreprises. Dans le même ordre d'idée, l'étude de Touzani et al, (2015) réalisée en Tunisie indique que l'entrepreneuriat dans les grandes villes comme Tunis, Sousse ou Sfax peut être motivé par le profit, alors que dans d'autres régions comme le Centre-Ouest ou semi-aride / désert du Sud, peut- être motivé par la nécessité et le désir de survie (Mansouri et Belkacem, 2009).

Bien qu'il soit enregistré un TAE féminin élevé (53%) pour l'entrepreneuriat d'opportunité dans l'édition GEM Algérie 2011, les femmes sont plus présentes dans l'entrepreneuriat de nécessité (57%) dans l'édition GEM Algérie 2013 (Abedou et al, 2013).

À son tour, la variable *inflation* est négative, mais n'est pas significative. Les pays du Maghreb (Algérie, Tunisie et Maroc) connaissent depuis le début des années 2000 une inflation moyenne respectivement de 2.9 %, 3.9 % et 1.9 % (Natixis, 2011).

Ces taux modérés ne semblent pas impacter significativement le taux d'entrepreneuriat féminin au Maghreb. Toutefois, la relation entre l'inflation et l'activité entrepreneuriale des femmes demeure négative et démotivante. En fait, l'inflation et sa volatilité en particulier démotivent l'entrepreneuriat dans la mesure où elles rendent l'environnement des affaires plus risqué et plus difficile pour récupérer les valeurs d'investissement et de prévoir précisément l'état du marché (Parker, 2009).

En réalité, la part croissante des importations dans le commerce extérieur du Maghreb augmente les prix de produits et services et baisse le pouvoir d'achat des ménages. Par conséquent, une baisse de demande sur les produits et services découragent l'accroissement du nombre d'entreprises créées par les femmes dans la région.

Pour ce qui est de *la corruption*, le résultat de l'estimation indique une association négative et très significative entre l'indice de corruption et l'activité entrepreneuriale féminine. Notre résultat s'aligne parfaitement sur une étude empirique réalisée dans 176 pays sur des données de l'activité entrepreneuriale (Avnimelech et al, 2014). Cette étude met en évidence que les pays ayant des niveaux élevés de la corruption étaient souvent confrontés à des niveaux faibles de la production entrepreneuriale.

Au Maghreb, l'organisation et la gestion des administrations publiques souffrent très souvent de lourdeurs et de dysfonctionnements. De plus, la multiplication des réglementations contraignantes et complexes et la faiblesse des contrôles sont des caractéristiques fréquentes qui rendent les femmes entrepreneurs vulnérables à la corruption. Ajouté à cela, les mécanismes de gouvernance manquent de transparence, et le népotisme dans l'allocation des services publics et l'accès aux opportunités d'affaires lucratives gangrènent pratiquement tous les niveaux de l'administration publique. Condamnée aussi bien par la loi que par la religion islamique, le fléau de la corruption est néfaste pour les économies des trois pays. Il est un comportement monopolistique qui freine clairement les investissements privés et la croissance des échanges (Bibi,2011).

À titre d'exemple, l'environnement politique de la Tunisie était très centralisé et les problèmes de gouvernance se sont exacerbés durant la dernière décennie, en matière notamment de corruption, d'efficacité gouvernementale et de responsabilité (BAD, 2012). Récemment, une étude réalisée en Tunisie montre que des facteurs contextuels tels que la corruption et la mafia politique peuvent significativement affecter la décision de créer des entreprises par les universitaires (Touzani, 2015).

Ce qui démotive le plus les femmes entrepreneurs Maghrébines, est le fait que les relations entre les individus et l'administration ne sont pas organisées sur l'efficacité et la transparence, mais plutôt sur la base de filiation, d'allégeance politique et de copinage.

Quant à la variable *impôts*, elle est négative, mais n'est pas significative. Kihlstrom et Laffont (1983) montrent que l'augmentation des taxes ne conduisent pas nécessairement à la réduction de l'activité entrepreneuriale, comme il suggère le bon sens.

En Algérie, les ressources pétrolières ont relativement arrêté le recours du gouvernement aux nouvelles impositions fiscales auprès de ses citoyens, et lui ont permis de redistribuer d'importantes ressources par le biais des programmes d'aide (Sami, 2011). Le système fiscal ne semble pas être un facteur assez démotivant dans la mesure où une batterie de mesures d'incitations fiscales a été octroyée à la création des entreprises notamment en Algérie où certaines activités commerciales peuvent jouir d'avantages fiscaux jusqu'à la sixième année d'exploitation après le début de leur création.

En réalité, la proportion d'impôt à prélever sur les revenus peut influencer sur le revenu des entrepreneurs et des individus, et par conséquent sur le pourcentage des femmes qui entreprennent. En effet, l'impôt peut exercer un effet sur l'entrepreneuriat, parce que le revenu constitue une source d'épargne qui peut un jour devenir un apport social pour les femmes qui souhaitent lancer des entreprises. De ce fait, avec un faible revenu, il est un peu difficile d'épargner et de se lancer dans l'entrepreneuriat.

Au Maroc, la récente réforme fiscale a intégré certains types de revenus non salariaux dans l'assiette de l'impôt sur le revenu des personnes physiques, et en Tunisie, les dividendes sont imposés de nouveau depuis l'année 2014.

Comme les impôts sur les bénéficiaires n'apparaissent pas comme un facteur entravant la création d'entreprises dans les trois pays, il semble convenable de dire que ce n'est pas le taux d'imposition qui démotive l'entrepreneuriat féminin dans la région du Maghreb mais plutôt la mauvaise gouvernance notamment la corruption, tel qu'il est décrit plus haut.

Enfin, la variable *coûts d'entrée* est aussi négative, mais n'est pas significative. Similairement à la variable *impôts*, les trois pays s'octroient d'avantages de facilitations d'entrée. Ce résultat ne va évidemment pas nous faire perdre de vue que le climat des affaires en général demeure défavorable, et plus particulièrement en Algérie. Selon le dernier rapport Doing Business 2016, l'Algérie se situe au 163<sup>e</sup> rang sur 188 pays, très en deçà en termes de performances par rapport à ses voisins, la Tunisie et le Maroc, respectivement classés à la 74<sup>e</sup> et 75<sup>e</sup> places.

Quant aux facilitations d'entrée, elles (% du revenu par habitant) sont en baisse constante dans la région. Elles enregistrent un recul, entre l'année 2003 et 2015, en passant de 16.3 à 10.9 en Algérie, et de 11.9 à 3.9 en Tunisie, tandis qu'au Maroc, la baisse est plus sensible, elle est passée de 26.6 en 2013 à 9.1 en 2016. En effet, le facteur, *coût d'entrée*, semble ne pas avoir d'impact significatif sur le lancement des entreprises au féminin. Une fiscalité moins forte associée à un niveau moyen des coûts d'entrée semble produire un effet positif sur l'entrepreneuriat féminin.

Dans ce contexte, il convient de signaler que cette région connaît un niveau important de femmes activant dans le secteur informel. En effet, selon une étude récente de la BERD, le marché informel représente une part très importante de la croissance au Maroc (40% du PIB en 2014). Ce secteur concerne plus particulièrement les jeunes et les femmes en zones rurales

où il constitue la seule alternative pour trouver un emploi (Zgheib, N.,2015). À cet effet, il est utile de continuer le démantèlement des entraves d'entrée en vue de faciliter la création de nouvelles entreprises ainsi que le passage des entreprises de l'informel vers le formel.

Le résultat corrobore l'idée selon laquelle les coûts d'entrée sont des barrières à l'entrée et le lancement des réformes durables produit des résultats positifs. En effet, Bruhn (2011) a conclu que la réforme introduite dans les différentes municipalités du Mexique a augmenté le nombre d'entreprises inscrites annuellement de 5%. Cette augmentation résulte principalement du choix de certain nombre de salariés de basculer vers l'entrepreneuriat.

### 4. Synthèse de l'analyse

Cette partie explore certains facteurs environnementaux qui peuvent influencer la création de nouvelles entreprises dirigées par les femmes dans la région du Maghreb. En fait, il s'agit d'une analyse régionale pour comprendre l'influence des aspects économiques et institutionnels.

En guise de conclusion, nos résultats de modélisation économétrique en données de panel font ressortir que la croissance du *PIB par habitant* et la croissance du *taux de chômage* sont les déterminants les plus favorisant de la création d'entreprises par les femmes. En revanche, nous avons découvert que le *niveau de corruption* est le facteur le plus démotivant pour l'acte de création d'entreprises par les femmes au Maghreb.

En effet, l'impact du PIB par tête et le taux de chômage féminin sont positifs, tandis que celui de l'indice de corruption est négatif. De plus, l'effet du taux d'inflation, le coût d'entrée, et le taux d'impôts est négatif mais statistiquement non significatif.

Dans notre analyse, il y a de différentes voies par lesquelles la politique gouvernementale peut promouvoir l'activité entrepreneuriale des femmes. La politique d'intervention du gouvernement ne peut influencer seulement sur le côté d'offre de l'entrepreneuriat mais aussi sur le côté de demande par l'instauration d'un climat de confiance entre l'utilisateur et l'administration publique, la baisse des coûts d'entrée, les sanctions contre la pratique de corruption, la régulation et la baisse des prix de produits et services, la réduction des impôts et taxes, la révision des revenus des femmes, et la dynamique de leur emploi.

Néanmoins, l'une des lacunes de cette étude associée à cette seconde section est le fait qu'elle n'a pas examiné d'autres variables environnementales telles que les facteurs culturels,

technologiques et politiques. De plus, il convient de signaler qu'il n'y a pas que la méthode "absolue", suivie dans notre étude pour mesurer l'entrepreneuriat féminin, mais il existe encore la méthode "relative" (pourcentage des entreprises féminines au total des entreprises) qui aurait pu être une méthode complémentaire.

### **Section 3: Les déterminants macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, étude comparative**

Au niveau macro, les facteurs environnementaux jouent un rôle central dans la décision de lancer et de forger les intentions des entrepreneurs pour développer des entreprises. En effet, compte tenu des caractéristiques de l'environnement dans lequel les individus évoluent que les décisions entrepreneuriales sont toujours prises. Dans cette troisième section, nous comptons dégager les différences et les similitudes en ce qui concerne les déterminants influençant l'entrepreneuriat féminin dans les trois pays.

#### **1. Comparaison macroéconomique entre les trois pays du Maghreb**

Les pays du Maghreb présentent des divergences par rapport au contexte économique. Nous pouvons citer : le niveau de revenu, les ressources naturelles, la structure économique, la superficie géographique, le capital humain, la structure sociale et institutionnelle, et la politique économique. Le tableau (19) illustre les divergences en termes des conditions macroéconomiques et d'affaires.

**Tableau (19): les divergences en termes de conditions macroéconomiques et d'affaires**

<b>Facteurs</b>	<b>Alg.</b>	<b>Mar.</b>	<b>Tun.</b>
<i>Croissance du PIB (2014) (%)</i>	3.8	2.42	2.7
<i>Taux d'inflation (2014) (%)</i>	4.78	1.58	4.86
<i>Nombre de procédures nécessaires pour démarrer une entreprise (2015)</i>	12	4	10
<i>Nombre de jours nécessaires pour démarrer une entreprise (2015)</i>	20	10	11
<i>Coûts des procédures de démarrage d'une entreprise (% du RNB par habitant (2015)).</i>	10.9	9.1	3.9
<i>Nombre de jours pour l'octroi du permis de construire.</i>	204	91	93
<i>Payement des impôts et taxes (% du bénéfice brut).</i>	72,7	49.1	59.9

## **2. Analyse comparative des données relatives à l'entrepreneuriat féminin: cas de l'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie.**

En vue de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de notre étude H2, H3, et H5, nous procédons à une analyse comparative des données collectées à partir de deux différentes bases de données: la base de la Banque Mondiale et la base de Doing Business (voir annexe1) pour identifier la nature de la relation, ou de la corrélation existante entre huit (8) variables de nature économique, démographique, institutionnelle et technologique, d'une part, et l'activité entrepreneuriale des femmes, d'autre part, et ce, pour le cas de l'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie durant la période allant de 1998 à 2014.

Les variables collectées de nature économique sont le PIB par habitant "PIBt" (\$ US courants), le taux de chômage des femmes "chom" (%), le taux d'inflation "inflat" (%).

Les variables de nature institutionnelle concernent: le taux des impôts "impôts" (% du bénéfice), les coûts d'entrée "coût" (% du PIBt); le crédit intérieur au secteur privé "crédit" (% du PIB);

Une variable démographique est représentée par: le taux de croissance de la population "Tpop" (%);

Enfin, une variable technologique concerne : l'internet "internet" (%).

L'activité annuelle de l'entrepreneuriat féminin "Y" est mesurée par le rapport annuel des entreprises féminines enregistrées au total des entreprises (hommes et femmes). C'est en raison de l'importance de sa contribution à la diversification dans les économies que l'entrepreneuriat féminin peut être mesuré en termes relatifs, c'est-à-dire la part des entreprises féminines parmi le total des entreprises (Verheul et al.,2006). Pour notre travail, les données de la variable dépendante sont directement obtenues auprès des organismes chargés d'immatriculation de nouvelles entreprises dans les trois pays (voir annexe1). Les entreprises féminines englobent l'ensemble des sociétés morales dont le chef d'entreprise est une femme. De ce fait, les personnes physiques et les sociétés informelles sont exclues de cette étude.

Pour rappel, selon la définition de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc, nous entendons par « Femme chef d'entreprise » une femme occupant l'une des fonctions suivantes : *Président directeur général, vice-président directeur général, président*

*du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général, directeur général, directeur général adjoint, gérante ou cogérante (AFEM,2010).*

## 2.1. Analyse descriptive

Avant d'entamer l'analyse statistique bivariée de données, nous présentons le tableau ci-dessous qui illustre les indicateurs statistiques se rapportant aux données exploitées de huit (8) variables (déterminants) et de l'activité d'entrepreneuriat féminin dans les trois pays.

Le tableau (20) indique que l'Algérie enregistre le résultat le plus faible avec une moyenne de 4,87 et une valeur minimum de 1,8. La valeur la plus élevée associée à la moyenne est enregistrée en Tunisie (22,67), en 2011.

La moyenne du PIB par habitant se converge entre l'Algérie et la Tunisie : elle est respectivement 3 465 et 3 406. Le taux de croissance de la population est plus fort en Algérie qu'au Maroc et en Tunisie, respectivement 1.62, 1.3, et 1,04. Le taux de chômage et le taux d'inflation sont plus maîtrisés au Maroc, respectivement 11,76 et 1,64. L'Algérie est le plus mauvais élève dans l'utilisation de l'internet (7,6), derrière le Maroc (24,5), et la Tunisie (19,8).

La Tunisie réalise les meilleures performances en termes du taux de crédits fournis au privé (64.4) ainsi que la maîtrise des coûts d'entrée (9,04). Enfin, le taux d'imposition le plus attractif est enregistré au Maroc (moy = 50.6, valeur min = 44.4, valeur max=52.9).

**Tableau (20): indicateurs de la statistique descriptive pour l'Algérie, le Maroc, et la Tunisie**

Algér.					Mar.				Tun.			
Var	Min	Max	Moy	Ecart-t	Min	Max	Moy	Ecart-t	Min	Max	Moy	Ecart-t
PIBt	1581	5583	3465	1555	1265	3190	2219	746,81	2247	4420	3406	855
Tpop	1,3	1,9	1,62	0,23	0,9	1,5	1,13	0,23	0,9	1,3	1,04	0,12
Chom	14,4	29,7	21,32	5,56	9,5	24,4	11,76	3,54	15,1	27,4	18,63	3,69
inflat	0,3	8,9	3,72	1,96	0,4	3,7	1,64	0,99	2	5,8	3,63	1,12
internet	0,00	18,1	7,65	6,25	0,1	56,8	24,52	22,46	0,1	46,2	19,86	16,93
crédit	4,56	18,4	11,9	3,96	40,6	71,6	53,93	12,06	57,3	78,1	64,43	7,62

## Chapitre 4: Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, analyses macros

impôt	72,7	76,9	75,42	1,87	44,4	52,9	50,67	1,98	58,6	62,6	61,02	1,05
coût	10,8	16,3	14,12	2,02	9,5	26,6	19,95	6,24	4,1	11,9	9,04	3,15
Y	1,8	6,71	4,87	1,25	14,53	21,57	17,09	1,98	14,7	22,67	18,08	2,17

Source: établi par l'étudiant en utilisant le logiciel XL-STAT 2016.

### 2.2. Analyse de la matrice de corrélation

En ce qui concerne les trois variables économiques, nous observons que le *PIB par habitant* est en forte corrélation positive avec l'activité entrepreneuriale des femmes dans les trois pays retenus. Toutefois, le coefficient de corrélation en Algérie (0,83) est nettement supérieur à celui du Maroc et de la Tunisie, respectivement 0,69 et 0,73.

**Tableau (21): la matrice de corrélation**

	ALG	Mar	Tun
Variables	Y	Y	Y
PIBt	0,835	0,695	0,732
Chom	-0,691	-0,285	0,556
Inflat	0,286	0,120	0,471
Tpop	0,630	0,528	-0,197
Crédit	0,810	0,654	0,610
Impôt	-0,809	-0,628	0,589
coût	-0,699	-0,503	-0,682
Internet	0,834	0,735	0,710
Y	1	1	1

Source: établi par l'étudiant en utilisant le logiciel XL-STAT 2016.

De même, la variable d'*inflation* affiche une corrélation positive dont la valeur supérieure est observée en Tunisie (0,47). Cependant, le résultat de corrélation de la variable de *chômage* est varié entre les trois pays. Il est positif en Tunisie (0,55), et négative en Algérie (-0,69) et au Maroc (-0,28).

Concernant, les trois variables institutionnelles, la variable *crédits fournis aux privés* apparaît positivement corrélée pour l'ensemble des pays dont la meilleure valeur est enregistrée en Algérie (0.81). Quant à la variable relative aux *coûts d'entrée*, les résultats sont négativement corrélés.

En revanche, pour les résultats de la variable *impôts*, ils sont variés entre les pays. Concernant le résultat de la variable *démographique*, la croissance de la population est contradictoire. Enfin, pour la variable technologique, l'usage de *l'internet*, est fortement corrélée dans les trois pays dont la valeur supérieure est constatée en Algérie (0.83).

### 2. Discussion

Nous observons une corrélation positive entre *le revenu par habitant* et les niveaux d'activité entrepreneuriale des femmes dans les trois pays. Ce résultat s'aligne sur l'étude de Bosma et al, (2001). Dans une étude appliquée aux régions hollandaises, ces auteurs ont montré que la croissance des revenus *per capita* est l'un des facteurs qui expliquent le mieux des différences régionales en matière de création d'entreprises. D'autre part, en utilisant les données de 15 pays européens pour la période 1978-2000, Noorderhaven et al., (2004) constatent également un effet positif du PIB par tête sur la création des entreprises.

Selon les résultats obtenus, nous constatons une corrélation plus forte entre le PIB par tête et le taux de création d'entreprises gérées par les femmes en Algérie (0.83) qu'au Maroc et en Tunisie (0.69) et (0.73) respectivement.

En effet, les femmes maghrébines semblent trouver une meilleure occasion pour créer de nouvelles entreprises lors de l'amélioration de leur richesse personnelle en parallèle à l'évolution du pouvoir d'achat des ménages qui provoquerait des besoins nouveaux pour les consommateurs.

En réalité, dans des pays où le PIB par tête est relativement faible comme dans le Maghreb, il semble que toute amélioration de l'économie qui est suivie fréquemment par des augmentations de salaire, favorise les femmes à créer leurs entreprises (EIM/ENSR,1996). Par exemple, le niveau du PIBt au Maghreb était de 4.910 ; 4.340 et 2.940 (\$ US courants)<sup>(4)</sup> en Algérie, en Tunisie et au Maroc respectivement pour l'année 2008 (située au milieu de la période d'étude).

---

<sup>4</sup> Statistiques de la Banque mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org>.

Dans cette région, il semble qu'à mesure que le niveau de développement économique s'accroît, le nombre d'entreprises créées par les femmes motivées, spécifiquement, *par les opportunités* augmente. La croissance économique et la politique sociale proactive mise en œuvre au Maghreb ont entraîné une hausse du PIB par habitant et une amélioration des indicateurs sociaux.

Suivant la plus récente édition de GEM, les raisons citées par les femmes marocaines pour devenir entrepreneurs semblent se concentrer, principalement, dans le fait de vouloir profiter d'une opportunité pour se lancer dans l'entrepreneuriat (El Ouazzani, 2016).

Pratiquement, le secteur qui attire plus de femmes entrepreneurs Maghrébines est le secteur des services. En effet, Wenekers et al.,(2005) témoignent qu'il est très fréquent de constater que l'augmentation de la richesse tend à être accompagnée d'une évolution de la taille du secteur des services.

Concernant, la relation entre *le taux de chômage* féminin et le taux de création des entreprises dirigées par les femmes, celle-ci s'avère très variée dans les trois pays. Les études portant sur cette causalité sont totalement contradictoires. Lindh et Ohlsson (1995) notent que l'analyse des séries chronologiques se rapportant au chômage manifeste une corrélation positive avec la création de nouvelles entreprises, alors que les études transversales indiquent le contraire.

Si la relation est négative en Algérie et au Maroc, elle est néanmoins positive en Tunisie. Cette relation négative en Algérie (relativement forte) et au Maroc (faible) s'accorde avec l'étude de Paturel et Arasti, (2007) qui ont conclu que la croissance du taux de chômage en Iran n'a pas d'effet sur le processus de création d'entreprises féminines.

Avant les années 2000, l'Algérie et le Maroc avaient des niveaux de chômage plus élevés comparativement à la Tunisie (Triki et al, 2006), cependant, depuis quelques années, cette tendance s'est relativement inversée. L'Algérie et le Maroc enregistrent, en 2011, un taux de chômage, au milieu des femmes, de 17.3 et de 10.2 respectivement, contre 21.6 en Tunisie. La tendance baissière du taux de chômage en Algérie et au Maroc s'accompagne d'une évolution de l'entrepreneuriat féminin, même si cela demeure très faible.

Le taux d'entreprises féminines créées dans le cadre des programmes d'aide à la création d'entreprises dans les deux pays est en croissance, à titre d'exemple, à l'ANSEJ (Algérie), il est passé de 7% en 1997, à 11% en 2015, à cet effet, les niveaux de chômage féminin étaient revus à la baisse suivant la multiplication des aides à l'emploi offertes par ces programmes.

Toutefois, une région avec un chômage élevé et ayant un secteur de P.M.E peu développé, enregistre un faible niveau de création d'entreprises comparativement à une région où le chômage est plus faible et le secteur des P.M.E est très développé (Noorderhaven et al., 2004).

En revanche, en Tunisie, il est courant que les femmes soient plus exposées au chômage ces dernières années, et pour elles, le fait de créer une entreprise constitue l'une des principales opportunités d'emploi. En 2008, le taux de chômage des personnes de moins de 30 ans était près de 30 % – deux fois le taux de chômage global (Ayadi et Mattoussi, 2014). Le chômage est plus concentré dans les tranches d'âge inférieures. Face à des chances faibles d'emploi salarié en Tunisie, les femmes chômeuses et résidentes principalement dans des zones rurales n'ont pas d'alternative, que le lancement dans un processus entrepreneurial, qu'il soit formel ou informel (Triki et al, 2006).

En effet, en Tunisie où les taux de participation à la main-d'œuvre féminine sont parmi les plus bas au monde, l'entrepreneuriat peut offrir de nouvelles opportunités pour les femmes de générer leur propre revenu (Hassine, 2016). Les taux de chômage affectent plus les jeunes filles qui arrivent sur le marché du travail avec un niveau d'éducation intermédiaire à élevé. Nous pouvons avancer qu'à mesure que le niveau de chômage s'accroît, l'entrepreneuriat féminin motivé *par nécessité* augmente.

En fait, lorsque le niveau de chômage est élevé, les femmes peuvent être poussées vers l'activité entrepreneuriale pour échapper au chômage. Ce type d'entrepreneuriat nommé *l'entrepreneuriat de nécessité* s'oppose à celui de *l'entrepreneuriat d'opportunité*.

Ce résultat observé en Tunisie est cohérent avec l'étude de Martinez-Granado (2002) qui constate que les chômeurs sont vraisemblablement plus intéressés à se lancer dans l'entrepreneuriat. Nous savons bien que le nombre des Tunisiennes en chômage est plus important dans les campagnes qu'aux villes. Réalisée en Tunisie, l'étude de Touzani et al,(2015) indique que l'entrepreneuriat dans les grandes villes comme Tunis, Sousse ou Sfax

peut être motivé par le profit, alors que dans d'autres régions comme le Centre-Ouest ou semi-aride / désert du Sud, est motivé par la nécessité et le désir de survie (Mansouri et Belkacem, 2009).

Quant à la variable inflation, elle est corrélée faiblement avec la proportion des entreprises féminines. La corrélation minimale est enregistrée au Maroc (0.120), et la corrélation maximale est atteinte en Tunisie (0.47). Ce résultat contredit celui de McMillan et Woodruff, (2002) qui suggèrent que la volatilité de la politique macroéconomique dé motive les contrats à long terme et les relations nécessaires pour un entrepreneuriat réussi.

Les pays du Maghreb (Algérie, Tunisie et Maroc) connaissent depuis le début des années 2000 une inflation moyenne respectivement de 2,9%, 3,9% et 1,9% (Natixis, 2011). Ces taux ne semblent pas impacter le taux d'entrepreneuriat féminin au Maghreb. L'inflation dans les pays du Maghreb traduit l'augmentation des prix de l'énergie et des produits alimentaires ainsi que les politiques de dépenses publiques expansionnistes.

Soit à cause de la remontée des prix de matières et d'équipements importés sur les marchés internationaux, soit à cause des différentes dévaluations des monnaies nationales, les coûts de production des entreprises féminines se voient lourdement affectés.

En réaction, et pour conserver leurs marges bénéficiaires, les entreprises sont incitées à augmenter leurs prix. Une hausse régulière mais modérée du niveau général des prix est l'objectif principal des politiques monétaires conduites par les banques centrales. À titre d'exemple, une progression modérée de l'inflation de l'ordre de 2 % par an est considérée par la Banque Centrale Européenne comme un objectif monétaire optimal.

Par ailleurs, il existe une relation positive entre *le taux de croissance de la population* et la création des entreprises féminines en Algérie (0,63) et au Maroc (0,53), tandis qu'en Tunisie, elle est négative (- 0.2). L'évolution de la démographie constitue un facteur explicatif des niveaux élevés de chômage des jeunes dans tout le Maghreb. Le taux annuel de croissance va de 1,1 % pour la Tunisie à 1,5 % pour l'Algérie et le Maroc (Vimard et al,2011).

Dans une étude récente, en Tunisie, la fécondité a cessé de baisser et semble rivee à 2,1 enfants par femme depuis 1999, et en Algérie après avoir atteint 2,2 dans la première moitié des années 2000, elle ne cesse d'augmenter depuis, atteignant presque 2,9 en 2010 (Bedidi et al., 2012). Selon la même source, au Maroc où le seuil de remplacement n'était pas encore atteint, elle a continué à baisser rapidement jusqu'à 2,2. Pour les facteurs

démographiques, les pays qui se caractérisent par une population en croissance rapide se trouvent avoir une part croissante de la population d'entrepreneurs, tandis que les pays avec une population en croissance faible se trouvent avoir une part décroissante de la population d'entrepreneurs (Audretsch, 2002). La croissance démographique supposée tirer la hausse de la demande de produits et services, et semble capter l'intérêt des femmes entrepreneurs.

Pour le Maghreb, le dynamisme démographique et le capital humain très jeune demeure un atout majeur car il constitue un formidable vecteur de croissance des entreprises féminines, d'autant plus si les jeunes femmes sont bien valorisées (comme les étudiantes qui sont majoritaires dans les universités du Maghreb).

Pour la variable *crédits fournis au secteur privé*, une corrélation positive supérieure à 0.6 est observée dans les trois pays. Sur le plan international, plusieurs études et rapports montrent l'importance de l'accès des entrepreneurs aux ressources financières. Klapper et al, (2011) ont constaté que le développement financier est en corrélation positive avec les taux de création de nouvelles entreprises.

L'un des signes du développement économique et de prospérité des pays est le développement de la part du secteur privé dans l'économie nationale. Quoique l'Algérie soit un pays riche en ressources naturelles, le rôle de son secteur privé est le plus faible parmi les économies du Maghreb. En effet, les taux de crédits fournis, en 2015, s'élèvent, en pourcentage du PIB, à 21,6% en Algérie, 64,5% au Maroc et 79,6% en Tunisie<sup>(5)</sup>.

Force est de constater que les crédits accordés au secteur privé par les banques dans les pays maghrébins ont rapidement évolué au cours des dernières années afin d'augmenter le nombre des entreprises nouvelles. Ajouté à cela, l'essor de la microfinance à partir des années 2000, a permis la relance des projets des femmes pauvres en milieu rural.

Les pays du Maghreb ont engagé des réformes pour améliorer leur secteur financier. Les réformes au Maroc ont ciblé le cadre juridique et réglementaire. Les objectifs de la Tunisie étaient d'améliorer la gouvernance de la banque, d'accroître la transparence, et de renforcer le cadre réglementaire. L'Algérie a envisagé de moderniser son système financier par la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit, en 1990, qui a libéralisé le secteur.

---

<sup>5</sup>Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

Cependant, les objectifs des réformes sont loin d'être atteints. L'accès au financement constitue un obstacle majeur à l'activité commerciale. En effet, parmi une liste de 15 obstacles rencontrés, il vient en tête du classement avec un score de 19 % au Maroc, et de 18 % en Tunisie, et à la seconde place, avec 16%, en Algérie (WEF, 2010: 76; 246; 328-9).

Afin de promouvoir l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, les femmes ont donc besoin de capitaux privés, ceux-ci constituent un frein pour le lancement de leurs entreprises, notamment chez les jeunes filles - les plus touchées par le fléau du chômage.

Le manque d'accès au financement a entraîné la prolifération de petites entreprises non enregistrées (informelles) qui fournissent peu d'emplois et sont peu susceptibles de se développer. Selon une étude récente de la BERD, le marché informel représente une part très importante de la croissance au Maroc (40% du PIB en 2014). Ce secteur concerne plus particulièrement les jeunes et les femmes en zones rurales où il constitue la seule alternative pour trouver un emploi (Zgheib,2015).

Quant à la variable *impôts*, elle est négativement corrélée en Algérie (-0.81) et au Maroc (-0.65). Cette variable s'avère démotivante et décourageante pour les femmes créatrices d'entreprises dans les deux pays. Le rapport "Paying Taxes 2016" indique que le taux d'imposition total en Algérie est le plus élevé (72,7%) dans la région du Maghreb, incluant notamment les prélèvements sur les bénéficiaires et les prélèvements sociaux.

Les femmes entrepreneurs au Maghreb sont ainsi plus taxées que la moyenne mondiale (40,8%). Les taux élevés d'imposition incitent les employeurs à embaucher des travailleurs « au noir ». Selon Bruce (2006), certains tests de causalité confirment que les impôts peuvent avoir une influence significative sur le niveau d'entrepreneuriat.

En réalité, la proportion d'impôt à prélever sur les revenus peut influencer sur le revenu des entrepreneurs et des individus, et par conséquent sur le pourcentage des femmes qui entreprennent. En effet, elle peut exercer un impact sur l'entrepreneuriat, parce que le revenu constitue, pour les femmes, le principal moyen d'épargne qui peut se transformer à un apport financier pour la création d'une entreprise. Avec un faible revenu, il est difficile d'épargner et de se lancer dans l'entrepreneuriat.

En dépit des avantages fiscaux consacrés à la création de nouvelles entreprises, notamment en Algérie, le système fiscal semble constituer un obstacle à l'émergence des entreprises féminines. En raison de cette difficulté, les gouvernements du Maghreb se sont

lancés dans une série de réformes visant à rapprocher l'administration fiscale des contribuables et à réduire la pression fiscale. Au Maroc, la récente réforme fiscale a intégré certains types de revenus non salariaux dans l'assiette de l'impôt sur le revenu des personnes physiques.

En revanche, la variable *impôts* est positivement corrélée en Tunisie (0.59). Kihlstrom et Laffont (1983) montrent que l'augmentation des taxes ne conduit pas nécessairement à la réduction de l'activité entrepreneuriale, comme il suggère le bon sens. Puisque les augmentations du taux de la taxe marginale sur le revenu de capital poussent les investisseurs à devenir moins frileux aux risques.

Les Tunisiennes sont taxées à partir de 2015 au taux d'imposition total de (59,9%). Comme les impôts et taxes sur les bénéficiaires n'apparaissent pas comme un facteur entravant la création d'entreprises en Tunisie, il convient ainsi de déduire que ce n'est pas le taux d'imposition qui démotive l'entrepreneuriat féminin, mais vraisemblablement la mauvaise gouvernance, ou plus spécifiquement, la corruption. Il est incontestablement convenu que les administrations au Maghreb souffrent de bureaucratie, de corruption et de manque de transparence.

D'autre part, pour la variable *coûts d'entrée*, il y a une corrélation négative qui est plus forte en Algérie (-0.7) et en Tunisie (-0.7) qu'au Maroc (-0.5). Cette variable est décourageante pour les femmes entrepreneurs. Les coûts de démarrage comprennent tous les frais officiels : les charges, les coûts de procédures et de photocopies, de timbres fiscaux, et de charges légales et notariales.

La littérature montre que les coûts d'entrée ont un effet significatif sur le niveau d'activité entrepreneuriale. Fonseca et al., (2001) prouvent qu'il y a moins d'individus qui choisissent l'entrepreneuriat dans les pays de l'OCDE dont les coûts de démarrage sont plus élevés. Entre la période 2006 - 2016, les coûts des procédures pour le démarrage des entreprises (% du revenu par habitant) sont passés de 25% à 11% en Algérie, et de 10% à 4 en Tunisie %. Quant au Maroc, ils sont passés de 15% à 9% entre 2013 et 2016<sup>(6)</sup>.

Les pays de la région MENA ont une moyenne de classement dans la facilité à faire des affaires de 114 sur 189 pays participants à l'étude Doing Business en 2015. À ce niveau,

---

<sup>6</sup>Site de la Banque Mondiale: <http://donnees.banquemondiale.org/>

la Tunisie et le Maroc ont réalisé de bonnes performances. La Tunisie se classe 74 et le Maroc 75.

Les trois pays ont enregistré plusieurs réformes. Pour illustrer, le Maroc a facilité la création d'entreprises en éliminant la nécessité de déposer une déclaration d'incorporation de société au ministère du travail. Il a également facilité le transfert de propriété en établissant des liens de communication électroniques entre les différentes administrations fiscales. Généralement, les pays ayant une réglementation plus lourde pour l'entrée des entreprises se caractérisent par des niveaux de corruption plus élevés et des économies informelles. Nombreuses sont les femmes entrepreneurs au Maghreb qui activent dans l'informel et souhaitent posséder des entreprises formelles, mais les procédures coûteuses d'entrée et la bureaucratie les empêchent de le faire.

*Le développement technologique* quant à lui, mesuré par le niveau d'utilisation de l'Internet, est positivement corrélé à un niveau élevé, excédant (0.7) dans les trois pays. Les *nouvelles technologies* fournissent de bonnes opportunités à la création d'entreprises (Wennekers et al., 2002) et au développement de nouveaux produits et services. Le progrès technologique a provoqué un basculement des ressources vers de nouveaux produits, ce qui a entraîné à son tour une demande plus massive sur l'entrepreneuriat (Casson, 1995).

En outre, les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettent aux entreprises de jouir des coûts de transaction plus faibles et de bénéficier d'avantages concurrentiels additionnels. Les nouvelles technologies ont un potentiel déterminant sur le développement des produits nouveaux et de la création des opportunités au profit des entreprises féminines nouvelles au Maghreb.

Toutefois, l'usage de l'Internet dans les affaires et le commerce au Maghreb est encore très limité. En fait, les femmes entrepreneurs ont recours au marché international pour l'acquisition des technologies dont la région souffre d'un grand manque en matière de possibilités de paiement sur le Net, particulièrement en Algérie.

Enfin, la plupart des entreprises nouvellement créées par les femmes sont dans le secteur tertiaire à contenu technologique relativement bas : le transport par taxi ou mini bus, la restauration, les agences de voyages...etc. L'Algérie, le plus mauvais élève du Maghreb, est classée à la 117e place mondiale sur 139 pays en matière des technologies de l'information et

de la communication (TIC). Le Maroc occupe la 78<sup>e</sup> position et reste la locomotive du Maghreb en devançant la Tunisie qui est classée à la 81<sup>e</sup> position (Baller et al, 2016).

### **4. Synthèse de l'analyse**

Dans les pays du Maghreb, la politique de l'entrepreneuriat féminin en tant que composante principale des politiques macroéconomiques se présente généralement comme une politique neutre à l'égard des sexes.

Notre étude a exploré certains déterminants nationaux qui influencent la création de nouvelles entreprises dirigées par les femmes dans la région du Maghreb. En fait, il s'agit d'une analyse comparative et analytique pour comprendre l'influence des aspects économiques, institutionnels, démographiques, et technologiques.

Nos résultats de l'analyse des données font ressortir que la croissance du PIB par habitant, l'inflation, les crédits intérieurs fournis au secteur privé, les coûts d'entrée, et l'usage de l'Internet influencent l'entrepreneuriat féminin en Algérie, au Maroc, et en Tunisie de façon semblable. En revanche, la croissance de la population, le chômage des femmes, la fiscalité, l'influencent de différentes façons.

### **Conclusion du chapitre**

Les trois analyses ont été complémentaires: la première a examiné les variables du genre, et la seconde et la troisième ont examiné les variables environnementales. Cependant, la seconde et la troisième sont aussi distinctes dans le sens où chaque analyse a suivi une méthode différente pour mesurer l'activité entrepreneuriale. La méthode absolue a été appliquée pour la seconde analyse et la méthode relative a été employée pour la troisième analyse.

Par ailleurs, il convient de pousser plus loin l'analyse des déterminants entrepreneuriaux et d'explorer les raisons réelles du désintérêt de la femme maghrébine à l'égard de l'entrepreneuriat. À titre complémentaire aux études macro, d'autres études au niveau individuel (micro) seraient de crédibles pistes de recherche.

## **Chapitre 5**

# **Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb**

### Introduction

Bien que la réalité montre que les études individuelles sont dominantes dans la littérature, les recherches en entrepreneuriat féminin au Maghreb demeurent très rares. Dans les études individuelles (micros), l'accent était mis sur le processus décisionnel suivi des individus pour devenir entrepreneur. Pour mieux appréhender le domaine de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, il faut tout d'abord bien identifier les facteurs qui motivent ou freinent sa prospérité.

Ce cinquième chapitre présente une analyse de l'impact des déterminants de l'entrepreneuriat féminin au niveau micro. Cette étude vise à déterminer dans quelle mesure les femmes entrepreneurs perçoivent différemment ou similairement les déterminants de création d'entreprises. Pour ce faire, notre étude a pour objet d'examiner les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneurs (facteurs démographiques, traits de personnalité, motivations), et les facteurs environnementaux (économiques, réglementaires, et socioculturels). À cet effet, un questionnaire a été distribué auprès des femmes entrepreneurs des trois pays.

### **Section1: description de l'échantillon**

En vue de collecter des données sur les déterminants individuels (micros) de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, au Maroc et en Tunisie, nous avons fait appel à une enquête de terrain couvrant trois pays. La collecte des données s'effectue à travers l'administration d'un questionnaire qui était distribué auprès des femmes entrepreneurs dans les trois pays. Le questionnaire était confié directement aux femmes entrepreneurs.

Ce questionnaire était écrit en deux langues, le français est la langue d'affaires dans la région et l'arabe est la langue officielle. Le questionnaire est subdivisé en deux parties. Partie 1: *caractéristiques personnelles* (informations sociodémographiques, traits de personnalité, motivations). Partie2: *facteurs environnementaux* (facteurs économiques, facteurs réglementaires et politiques, facteurs socioculturels)

Le questionnaire est composé de plusieurs items. Pour la première partie *caractéristiques personnelles*, elle est principalement inspirée du travail de Arenius et Minniti (2005) et de Scheinberg et MacMillan (1988). Pour la seconde partie *facteurs environnementaux*, elle est inspirée du travail de Gnyawali et Fogel, (1994); du modèle de

travaux empiriques du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), et ainsi que de nos propres constats et de nos expériences.

Les items sont regroupés globalement selon les différentes dimensions abordées dans la littérature. Les variables sont pour la majorité sur une échelle de Likert de cinq points excepté quelques variables à expliquer qui ont été construites sous forme de choix ou sous forme nominale avec une réponse « oui ou non ».

Afin d'assurer la validité de nos différentes batteries d'items, nous avons procédé à plusieurs relectures et pré - tests en Algérie, au Maroc et en Tunisie.

Il convient de signaler que nous avons contacté des associations de femmes entrepreneurs dans l'espoir de toucher un nombre plus important de femmes, mais nous étions très déçus de n'avoir pas reçu le retour des réponses. À ce titre, nous avons procédé à l'envoi du sondage via mail, mais encore une fois nous n'avons pas pu recevoir un nombre de réponse très significatif et satisfaisant.

Par conséquent, nous avons finalement pris la décision de distribuer de façon personnelle le questionnaire. Pour ce faire, nous étions deux fois Au Maroc et deux fois en Tunisie en vue de rencontrer des femmes et leur remettre notre sondage.

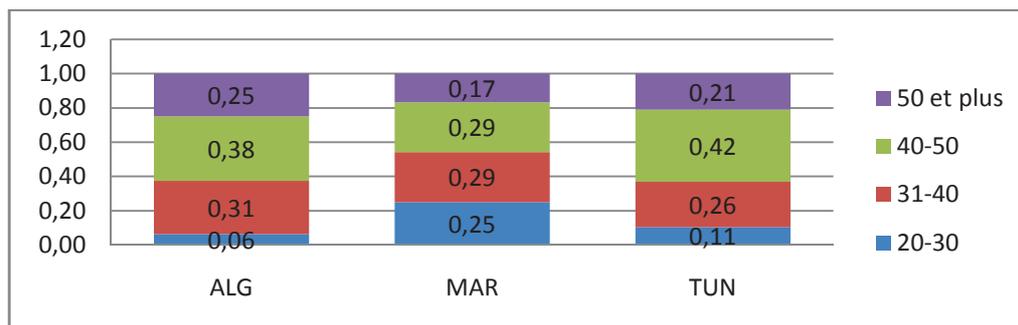
L'analyse descriptive consiste à effectuer une description des données recueillies à partir de l'enquête réalisée auprès d'un échantillon de 75 femmes entrepreneurs (32 à Alger, 24 en Tunisie et 19 à Casablanca).

### **1. Données sociodémographiques**

#### **1.1. Répartition de l'échantillon par tranche d'âge et par pays**

À partir de la figure 3, nous observons que la population des femmes entrepreneurs enquêtées au Maghreb est relativement jeune. En effet, 43% d'entre elle a un âge qui ne dépasse pas 40 ans lors de la date de création de l'entreprise. Selon les données recueillies, l'âge moyen est de 44 ans. La plus jeune entrepreneuse questionnée est une Tunisienne qui a 26 ans, et la plus vieille est une Algérienne ayant 67 ans. Les femmes entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises entre l'âge de 18 et 40 ans sont plus nombreuses au Maroc (50%) qu'en Tunisie et en Algérie (40%).

Figure3: Répartition par âge de création



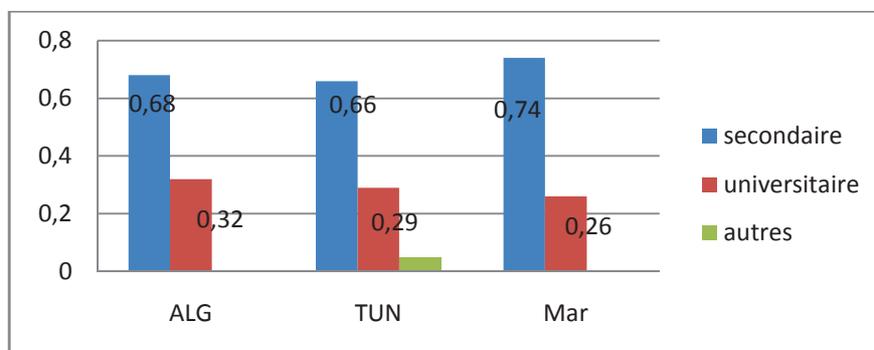
Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

### 1.2. Répartition de l'échantillon par niveau intellectuel

La figure 4 indique que dans chaque pays le plus haut niveau d'études atteint est le niveau secondaire. En effet, il y a 70 % des répondantes n'ont pas pu franchir le niveau secondaire, elles possèdent ainsi un certificat secondaire. Le reste des femmes sont toutes des universitaires, à l'exception d'une femme tunisienne qui n'a pas franchi le cap des études primaires. Nous pouvons par conséquent constater que les femmes entrepreneurs du Maghreb est une population relativement scolarisée dans son ensemble.

Le nombre des femmes universitaires est plus fort en Algérie et plus faible au Maroc. Le type de la formation suivie à l'université n'a pas vraiment un effet sur l'activité choisie, car les universitaires préfèrent aussi le domaine des services. Il est toutefois noter que l'amélioration du niveau d'instruction entraîne une dynamique dans les activités entrepreneuriales.

Figure4: Répartition par niveau intellectuel

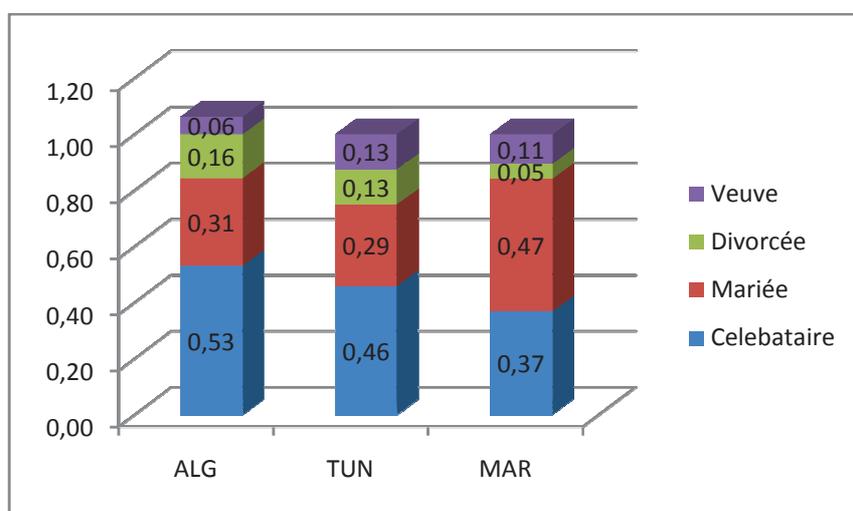


Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

### 1.3. Répartition de l'échantillon par situation matrimoniale

La situation matrimoniale est un facteur qui pourrait influencer la décision de se lancer dans une démarche entrepreneuriale, comme nous avons vu dans le chapitre précédent. Selon la figure 5, le pourcentage des célibataires est plus important au milieu des femmes entrepreneurs algériennes (53%) et marocaines (46%) qu'au milieu des femmes entrepreneurs tunisiennes (37%). En Tunisie, la plupart des femmes entrepreneurs sont mariées (47%).

Figure 5: Répartition par situation matrimoniale



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

### 1.4. Répartition de l'échantillon par activité exercée avant le démarrage

Le statut professionnel des femmes entrepreneurs avant la création de l'entreprise est différent d'une femme à l'autre. Il va du statut de chômeuse au statut de fonctionnaire des secteurs public ou privé. La figure 6 montre que les femmes sans emploi ou ménagères avant la création représentent entre 21 et 28 % du total des femmes.

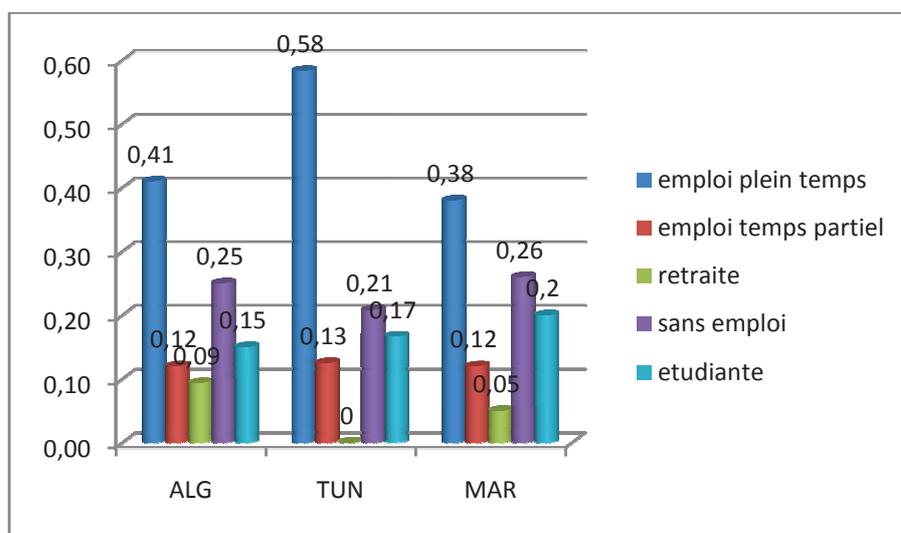
Cela laisse entendre que ces femmes n'avaient aucune occupation en dehors de leur foyer. D'autre part, il y a environ 15 à 20 % d'étudiantes (dans chaque pays) qui avaient déjà terminé leurs études, mais en l'absence d'emploi étaient contraintes de se lancer dans des affaires pour assurer leur autonomie financière.

D'autre part, la présence des femmes retraitées est très faible. Le nombre des femmes retraitées oscille entre 0 et 9 % dans les trois échantillons. Enfin, le poids des femmes

licenciées ou volontairement abandonné leur travail (emploi salarié) représente comme même la majorité.

Elles ont basculé vers l'entrepreneuriat en vue de rechercher une meilleure situation. En effet, l'entrepreneuriat est considéré comme un levier important pour l'indépendance financière des femmes et pour la conciliation de la responsabilité professionnelle et la responsabilité familiale. Il permet aussi aux femmes d'échapper aux barrières professionnelles telles que le problème de plafond de verre.

Figure 6: Répartition par activité exercée avant la création



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

## 2. Les caractéristiques de l'échantillon selon le type d'entreprise

### 2.1. Les caractéristiques de l'échantillon selon le statut juridique

Nous observons à partir du tableau 22 que les sociétés à responsabilité limitée (SARL ou EURL) dominent les formes juridiques des entreprises. La part des SPA ou des sociétés anonymes n'apparaît pas très importante sur l'ensemble des sociétés, cela peut être justifié par les particularités éventuelles de la création des SPA (capital élevé, nombre élevé d'associés, etc.).

Ainsi, il semble que les femmes entrepreneurs sont très averses au risque du fait qu'elles préfèrent des entreprises dont la responsabilité financière se limite à leurs apports en capital. Globalement, nous n'observons pas des différences remarquables entre les trois pays.

Par contre, le nombre des professions libérales est plus élevé en Algérie qu'ailleurs (Tunisie et Maroc).

**Tableau (22): caractéristiques de l'échantillon selon le statut juridique**

Pays /statut	SARL	EURL	entreprise individuelle, SNC	Société anonyme	Profession libérale
Algérie	13	4	8	1	6
Tunisie	12	3	5	2	2
Maroc	10	2	5	0	2

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

### 2.2 Les caractéristiques de l'échantillon selon l'activité de l'entreprise

Les femmes entrepreneurs évoluent dans tous les secteurs d'activité économique. Mais, elles se retrouvent plus fortement orientées vers le domaine des services urbains. Le poids des services reste plus élevé dans toute la région du Maghreb à l'instar de ce qui se passe à travers le monde entier. Cependant, les femmes entrepreneurs en Algérie investissent plus dans les services que les autres femmes entrepreneurs du Maghreb.

Le secteur d'industrie est plus investi par les femmes entrepreneurs au Maroc et en Tunisie qu'en Algérie. En Tunisie, les femmes préfèrent le secteur de textile. Quant aux autres activités, la présence des femmes se voit très faible d'une façon similaire entre les pays.

En gros, les femmes entrepreneurs affichent des similarités par rapport aux choix des activités exercées. Si les entreprises de services sont plus sollicitées, c'est parce que elles n'exigent pas beaucoup de fonds, ni d'effectifs. C'est la raison pour laquelle les entreprises des femmes sont très souvent de petite taille. En effet, (Coleman, 2007) a observé que les entreprises gérées par les femmes sont plus petites par rapport à celles qui sont gérées par les hommes. Elle semblent se concentrer sur des créneaux les moins dynamiques et les moins évolutifs, souvent sans salariés. Cette situation reflète un trait structurel de la PME Magrétine, en l'occurrence, le niveau faible de la diversification économique et des opportunités.

**Tableau ( 23): caractéristiques de l'échantillon selon l'activité de l'entreprise**

	ALG	TUN	MAR
Service	22	10	7
Industrie	4	5	5
Commerce	1	2	1
Artisanat	1	4	2
Agriculture	4	3	3
Total	32	24	19

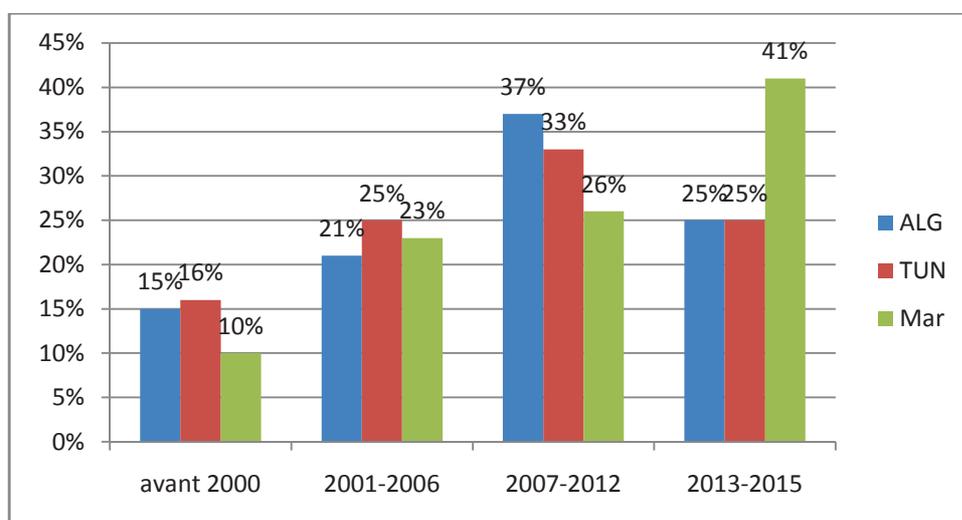
Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement.

### 2.3 Les caractéristiques de l'échantillon selon l'année de création

Nous observons que le nombre de création d'entreprises au Maroc est en constante croissance. En effet, 41% des entreprises de l'échantillon marocain ont été créées durant la période 2013-2015. Ceci traduit bien l'amélioration de la situation économique et du climat des affaires au Maroc dans les dernières années, qui sont meilleurs qu'en Tunisie et en Algérie. D'autre part, en Algérie et en Tunisie, nous observons que le nombre d'entreprises féminines connaissent une progression jusqu'à l'année 2012, mais après cette année, la tendance est baissière.

Ceci peut expliquer les résultats présentés plus haut: les femmes au Maroc à la tête des entreprises sont plus jeunes, plus clairement, 41 % des PME ont été créées dans les quatre dernières années, contre 25% seulement dans les deux autres pays. Par ailleurs, le plus grand nombre d'entreprises créées en Algérie et en Tunisie a été observé durant la période 2007-2012. Il correspond à une stabilité politique en Tunisie et à une conjoncture économique plus favorable en Algérie.

Figure 7: Les caractéristiques de l'échantillon selon l'année de création



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

### Section 2: L'analyse descriptive des données

#### 1: Traits de personnalité

Les femmes entrepreneurs ont dû répondre à des questions sur le niveau de jugement qu'elles estiment accorder à des affirmations. À cet effet, trois (03) affirmations leur ont été suggérées pour tester le niveau de l'aversion au risque, le niveau du locus de contrôle et le niveau du réseau personnel. Les trois traits de personnalités ont été inspirés du travail de Arenius et Minniti (2005) et Minniti (2009).

##### 1.1 L'aversion au risque

Pour tester le niveau d'aversion pour le risque, nous avons voulu une réponse auprès des femmes entrepreneurs par rapport à leur niveau de l'engagement dans la création d'une entreprise en présence d'un risque probable. Nous avons posé la question suivante: Quel le niveau de jugement que vous accordez à l'affirmations suivante: Je ne dois pas lancer une création d'entreprise s'il ya un risque d'échec ?

Nous avons retenu le tableau suivant:

**Tableau (24) : Résultat de l'aversion au risque**

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,06	0,04	0,1	0,62	0,18
Tunisie	0,15	0,08	0,15	0,48	0,14
Maroc	0,08	0,03	0,15	0,55	0,19

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Les résultats nous révèlent que les femmes affichent une forte aversion au risque. Les femmes algériennes sont les plus averses au risque (80% des femmes) contre 62% en Tunisie et 74% au Maroc. D'autres recherches ont montré que les femmes sont moins entrepreneuriales, car elles prennent moins de risques que les hommes (Ahl, 2006)

##### 1.2- Le locus de contrôle

Pour tester le locus de contrôle, nous avons posé la question suivante par rapport aux décisions personnelles: est ce que la décision de création de votre entreprise dépend de votre choix personnel.

Tableau (25) : résultat de locus de contrôle

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,06	0,06	0,12	0,4	0,36
Tunisie	0	0,1	0,2	0,4	0,3
Maroc	0,03	0,03	0,2	0,55	0,19

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Les résultats font ressortir que les femmes entrepreneurs au Maghreb sont autonomes dans leurs décisions entrepreneuriales, donc contraire à ce que nous pouvons y croire. L'immense majorité des entrepreneurs affichent des réponses positives (94% au Maroc, 90% en Tunisie, 88% en Algérie), situées entre *plus au moins d'accord* et *tout à fait d'accord*. À cet égard, les différences entre les pays sont très insignifiantes.

### 1.3 Le réseau social

Pour tester l'influence des réseaux relationnels sur la création des entreprises féminines, nous avons posé la question suivante: votre réseau relationnel a-t-il influencé la décision de création d'entreprises?

Tableau (26) : résultat du réseau relationnel

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,35	0,35	0,12	0,1	0,08
Tunisie	0,25	0,3	0,25	0,16	0,04
Maroc	0,3	0,4	0,2	0,1	0

Source: établi par l'étudiant

En générale, le réseau relationnel n'apparaît pas un facteur motivant de la création d'entreprises féminines. Il est plus faible au Maroc et en Algérie, 30% des femmes estiment *plus ou moins d'accord* ou *plutôt d'accord* que leur réseau relationnel a influé sur le projet entrepreneurial, contre 43% en Tunisie. Force est de constater que les normes et les valeurs culturelles sont très dominantes dans les pays arabo-musulmans, et par conséquent le réseau relationnel des femmes se trouve très limité.

## 2. Les motivations entrepreneuriales

À partir de la littérature, nous avons sélectionné 13 items relatifs à la motivation entrepreneuriale. En fait, notre souci est de s'intéresser à sept groupes de motivation qui sont susceptibles d'affecter le choix entrepreneurial, à savoir : (1) l'accomplissement, (2) l'indépendance, (3) l'opportunité, (4) le besoin d'argent, (5) la reconnaissance sociale, (6) l'altruisme communautaire et (7) l'évasion (voir Scheinberg et MacMillan, 1988). Ces groupes, très développés dans la littérature, font l'unanimité des chercheurs .

### 2.1. L'accomplissement

Pour la motivation *accomplissement*, ce facteur se réfère au besoin d'accomplissement développé dans la théorie de McClelland (1961) et au besoin de réalisation de soi développé dans la théorie de Maslow ( 1943).

La question suivante a été posée en vue de mesurer le niveau d'auto-accomplissement : *quelle est l'influence de la capacité à développer une nouvelle idée sur le choix de création de l'entreprise?* Cette question a été posée parmi deux autres questions (sur l'envie d'apprendre davantage et sur l'envie d'être innovatrice) pour tester le niveau d'accomplissement personnel des femmes entrepreneur (voir annexe3).

**Tableau (27) : résultat de développement d'une nouvelle idée**

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,2	0,25	0,25	0,2	0,1
Tunisie	0,15	0,2	0,3	0,25	0,1
Maroc	0,05	0,15	0,25	0,35	0,2

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Selon les réponses, 80% des femmes entrepreneurs au Maroc s'accordent au moins à dire que le fait de rechercher le développement d'une nouvelle idée est plus ou moins considéré comme un facteur de motivation à démarrer une entreprise, contre 65% en Tunisie et 55% en Algérie.

Cette motivation qui traduit un entrepreneuriat d'opportunité, illustre bien que l'entrepreneuriat féminin dans un contexte d'opportunités est plus présent au Maroc qu'ailleurs

aux pays du Maghreb. Les femmes se lancent dans une aventure entrepreneuriale non seulement pour des raisons de nécessité mais encore pour le développement d'idées d'affaires en vue de continuer d'apprendre et de se développer, pour réaliser une ambition.

Enfin, les deux autres réponses des femmes sur le sujet d'auto-accomplissement indiquent aussi que les femmes sont bien motivées par ce facteur non pécuniaire.

### 2.2 L'indépendance

Ce facteur souligne le besoin d'autonomie, les individus veulent créer des entreprises pour maîtriser leur temps et contrôler leur destinée. Ils veulent également concilier vie privée et vie professionnelle. Ce facteur correspond au concept d'individualisme de Hofstede (2001).

La question suivante a été posée pour tester le niveau d'indépendance et de liberté chez les femmes entrepreneurs: Dans quelle mesure l'ambition de jouir d'une pleine liberté vis-à-vis de votre travail a influencé la décision de création de votre entreprise.

Tableau (28) : résultat de jouissance d'une pleine liberté vis-à-vis du travail

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0	0,1	0,25	0,35	0,3
Tunisie	0	0,05	0,2	0,4	0,35
Maroc	0	0,1	0,2	0,4	0,3

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

On observe à partir du tableau (28) une similarité relative des résultats. En fait, l'*indépendance* pour les femmes au Maghreb est un facteur très motivant pour la création des entreprises. Les femmes entrepreneurs qui sont *plutôt d'accord* ou *tout à fait d'accord* pour l'opinion selon lequel leur démarche entrepreneuriale a été motivée par le désir d'autonomie et d'indépendance, représentent 65% en Algérie, 75% en Tunisie et 70% au Maroc.

### 2.3 Profiter d'une bonne opportunité

Ce facteur renvoie aux bonnes opportunités offertes, aux conditions appropriées pour partir en affaires et aux meilleures occasions présentées avant la création. La question suivante a été posée aux femmes entrepreneurs en vue de tester le niveau d'éventuelles opportunités offertes au moment du démarrage de leurs entreprises: Quelle est l'influence d'une saisie d'opportunité d'affaires sur la décision de création d'entreprises?

**Tableau ( 29 ) : résultat de la saisie d'opportunité**

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,12	0,1	0,33	0,2	0,25
Tunisie	0,12	0,11	0,2	0,25	0,3
Maroc	0	0,15	0,15	0,43	0,21

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Les résultats confirment que les femmes marocaines sont plus nombreuses que leurs homologues (femmes algériennes et tunisiennes) sur le chemin de la saisie d'opportunités, en effet, selon le sondage, 65% des femmes au Maroc sont soit plutôt d'accord, soit tout à fait d'accord pour avoir profité d'une bonne opportunité, contre 45% pour les femmes dans les deux autres pays (l'Algérie et la Tunisie). Par conséquent, ce résultat corrobore celui déjà indiqué plus haut qui souligne que les femmes entrepreneurs au Maroc sont plus orientées vers un entrepreneuriat motivé par des opportunités.

### 2.4 La nécessité d'avoir de l'argent

Pour tester l'effet du facteur financier, nous avons posé la question suivante: quelle est l'influence de l'envie de gagner de l'argent sur la décision de création de votre entreprise?

**Tableau (30) : résultat de l'effet de gagner de l'argent**

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,12	0,1	0,12	0,35	0,31
Tunisie	0,04	0,12	0,3	0,3	0,25
Maroc	0	0,1	0,31	0,36	0,21

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Concernant les réponses relatives au désir de gagner de l'argent, les entrepreneurs expriment des positions très convergentes. Plus clair, les femmes dans les différents pays s'accordent sur le fait que le gain d'argent est un facteur de motivation de création d'entreprise. Néanmoins, une partie très faible de femmes reconnaissent que l'argent n'est pas tout leur désir au moment du début de l'activité. En effet, 22% des femmes entrepreneurs en Algérie, 12% en Tunisie et 10% au Maroc ont mentionné: "Plutôt pas d'accord" et "pas d'accord" pour l'affirmation. En réalité, l'envie de gagner de l'argent est une motivation très significative, notamment chez les femmes qui ont déjà perdu leur travail ou cherché à subvenir aux besoins de leur famille.

### 2.5 La reconnaissance sociale

Ce facteur correspond aux besoins d'affiliation et de pouvoir tels que formulés dans les études de McClelland (1961) et de Maslow (1943) portant sur le besoin d'estime par les autres. Pour tester ce facteur, nous avons posé la question suivante parmi deux questions: quelle est l'influence de la recherche d'un statut social élevé (être une patronne) sur la décision de création de votre entreprise?

Le facteur de reconnaissance sociale se réfère en fait aux variables associées au statut et au prestige que l'entrepreneur obtient de la part de sa communauté. Il incarne également le désir d'être respectée et admirée par la famille et les membres de la société.

**Tableau (31) : résultat de la reconnaissance sociale**

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,3	0,25	0,34	0,18	0,2
Tunisie	0,25	0,25	0,25	0,15	0,1
Maroc	0,15	0,25	0,4	0,1	0,1

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Contrairement à d'autres recherches à travers le monde, les femmes entrepreneurs au Maghreb sont moins motivées par le désir d'être des femmes "patronnes", elles sont plus de 50% en Algérie qui estiment que la reconnaissance sociale n'était pas l'une de leurs motivations entrepreneuriales. Toutefois, les Marocaines sont les plus motivées par la reconnaissance sociale (60%).

### 2.6 L'altruisme communautaire

Le facteur d'altruisme communautaire traduit un travail qui est motivé par une finalité de bien-être et de sécurité pour la communauté et pour la famille. Il signifie aussi agir dans l'intérêt des autres. Pour tester ce facteur, nous avons posé deux questions, l'une d'elles est la suivante: quelle est l'influence de la recherche de la sécurité et du bien-être de la famille sur la décision de création de votre entreprise?

**Tableau (32) : résultat d'altruisme communautaire**

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Algérie	0,1	0,25	0,25	0,2	0,2
Tunisie	0,1	0,25	0,4	0,1	0,15
Maroc	0,05	0,1	0,25	0,35	0,25

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Les entrepreneurs marocaines semblent être les plus soucieuses de leurs familles. En effet, 85% des interrogées ont souligné qu'elles sont au moins de l'avis *plus ou moins d'accord* qu'elles visent à être utile à la communauté par leur projets, contre 65% en Tunisie et en Algérie.

Les réponses sur la seconde question relative à la motivation d'être utile à la communauté (voir annexe 3) nous donnent pratiquement les mêmes constats de la première question.

### 2.7 l'évasion

Les femmes choisissent l'entrepreneuriat parfois parce qu'elles ne se sentent pas mieux au travail ou parce qu'elles ont totalement perdu leur emploi. Pour tester ce facteur, nous avons posé deux questions, l'une d'elles est la suivante: quelle est l'influence de la peur d'être au chômage sur la décision de création de votre entreprise?

Tableau (33) : résultat de la peur du chômage

	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout a fait d'accord
Algérie	0,1	0,2	0,2	0,25	0,25
Tunisie	0,05	0,15	0,25	0,3	0,25
Maroc	0,05	0,15	0,2	0,35	0,25

Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Il ressort des réponses de femmes que (60%) d'entre elles en Tunisie sont *plutôt d'accord ou tout à fait d'accord* que l'entrepreneuriat constitue une solution pour vaincre la peur du chômage, contre (55%) au Maroc et (50%) en Algérie. De même, la seconde question qui porte sur la frustration dans l'emploi précédent n'ajoute pas vraiment des informations nouvelles.

En fait, le niveau de chômage a augmenté au milieu des femmes en Tunisie après la révolution en 2011, et par conséquent, les femmes avaient plus de peur de se retrouver dans une situation de chômage.

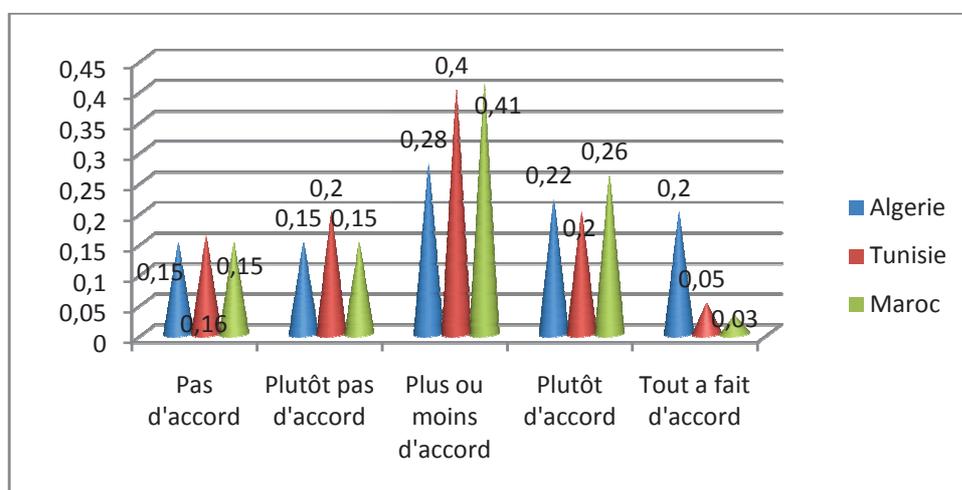
### 3. Les déterminants économiques

Pour examiner les déterminants économiques au niveau individuel (micro), nous nous inspirons du modèle de Gnyawali et Fogel, (1994). Pour ce faire, nous avons interrogé les femmes entrepreneurs des trois pays sur la création d'entreprises. Ainsi, nous avons posé 9 questions liées aux déterminants économiques. Cependant, nous examinons de façon plus détaillée uniquement les déterminants jugés plus importants selon les réponses (deux déterminants).

#### 3.1 La disponibilité des institutions financières

L'une des questions posées liées aux déterminants économiques est la suivante: quelle est l'influence des institutions financières sur la décision de création de votre petite entreprise?

Figure 8 : disponibilité des institutions financières à financer les petites entreprises



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

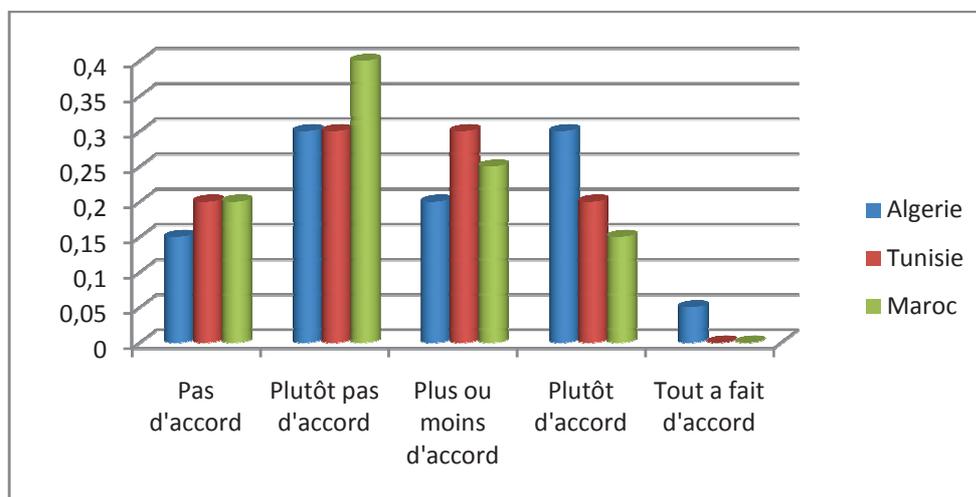
Les organismes financiers algériens semblent financer plus de projets que les autres organismes financiers de la région Maghrébine. En effet, 42% des interrogés ont déclaré qu'elles sont *plutôt d'accord et tout à fait d'accord* pour la disponibilité des institutions financières à financer les petites entreprises en Algérie, contre 25% au Maroc et 29% en Tunisie.

Les femmes propriétaires d'entreprises en Tunisie étaient relativement moins portées que leurs homologues en Algérie et au Maroc à solliciter des prêts. Mais cet état de choses tient moins à des difficultés particulières à obtenir du financement qu'au fait qu'elles considèrent ne pas en avoir besoin. Parmi celles qui n'ont pas sollicité de financement, 40 % d'entre elles ont affirmé ne pas en avoir besoin. Seulement 20 % des femmes propriétaires d'entreprises se sont abstenues de solliciter du financement, car elles étaient convaincues que leur demande serait rejetée par les institutions financières.

### 3.2 faible concurrence dans ce type d'activité

Une seconde question est liée à la concurrence dans le secteur. La question suivante a été ainsi posée: qu'elle est l'influence de la concurrence sur le décision de création de l'entreprise?

Figure 9: faible concurrence dans ce type d'activité



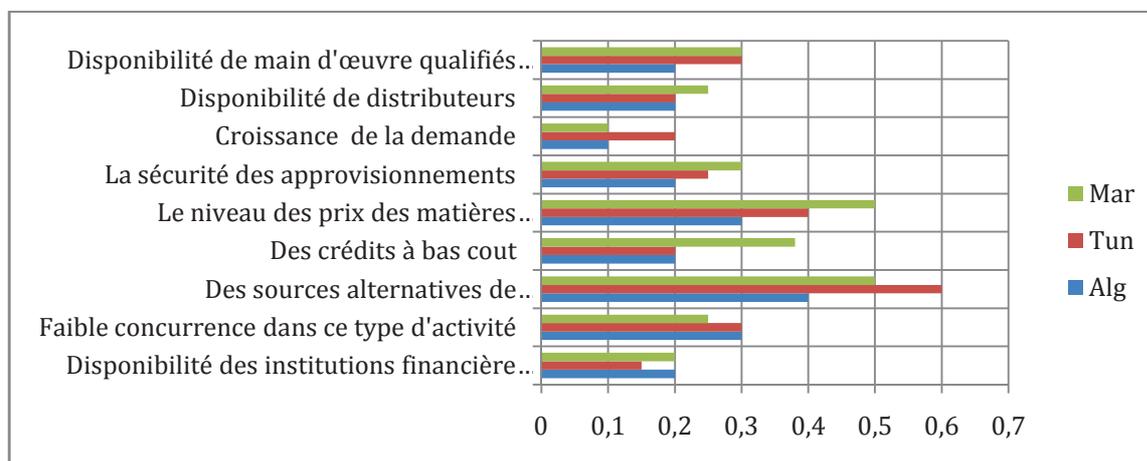
Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Selon les réponses des femmes entrepreneurs, *la faiblesse de la concurrence* n'apparaît pas comme étant un élément déclencheur de leur activité commerciale. Les femmes marocaines ont été moins impactées par le facteur de la concurrence des marchés.

### 3.3 Analyses globales:

L'analyse d'ensemble des neuf réponses liées aux déterminants économiques nous donne la figure 10 qui représente le pourcentage du niveau de l'influence de chaque item.

Figure 10: résultats des déterminants économiques au niveau micro



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Les résultats permettent d'apprendre que les déterminants économiques n'ont pas été à l'origine du lancement des entreprises. En effet, leur impact était démotivant.

*Les sources alternatives de financement* est plus ou moins un facteur motivant pour les femmes entrepreneurs. Les tunisiennes ont recouru plus à leurs familles et leurs proches pour lever des fonds de démarrage.

Pour le facteur *des crédits à bas coût susceptibles* de financer leurs projets, les femmes complaignent du manque flagrant de cette possibilité de financement, une chose qui aurait pu accélérer et faciliter le démarrage de leurs entreprises. En fait, l'impact de ce facteur est négatif et très faible dans l'ensemble des trois pays.

Que ce soit *le niveau des prix de matières premières* où *de sécurité des approvisionnements*, l'influence des deux facteurs sur les femmes est plus ressentie au Maroc qu'aux autres pays. Les femmes algériennes sont les moins favorisées à créer des entreprises dont le souci est la valeur des matières et fournitures ou la capacité en approvisionnement.

De même pour *la croissance de la demande* sur les produits, il est un facteur qui se caractérise par un effet très faible sur la dynamique de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb. D'ailleurs, la réponse des femmes était très similaire dans les trois pays.

Concernant *la disponibilité des distributeurs*, ce facteur ne semble pas être motivant pour les femmes porteuses de projets. Les femmes affirment que ce facteur n'a pratiquement aucun effet sur leur choix de carrière. D'autre part, les différences entre les pays ne sont pas remarquablement sensibles.

Idem pour *la disponibilité de mains d'ouvres*, son effet est insignifiant pour l'entrepreneuriat féminin. Seules certaines femmes tunisiennes et marocaines admettent que ce facteur leur a été significatif, en revanche, la majorité des femmes estiment qu'il a un effet très faible.

Dans l'ensemble, les facteurs économiques n'ont pas influé le phénomène de création d'entreprises par les femmes.

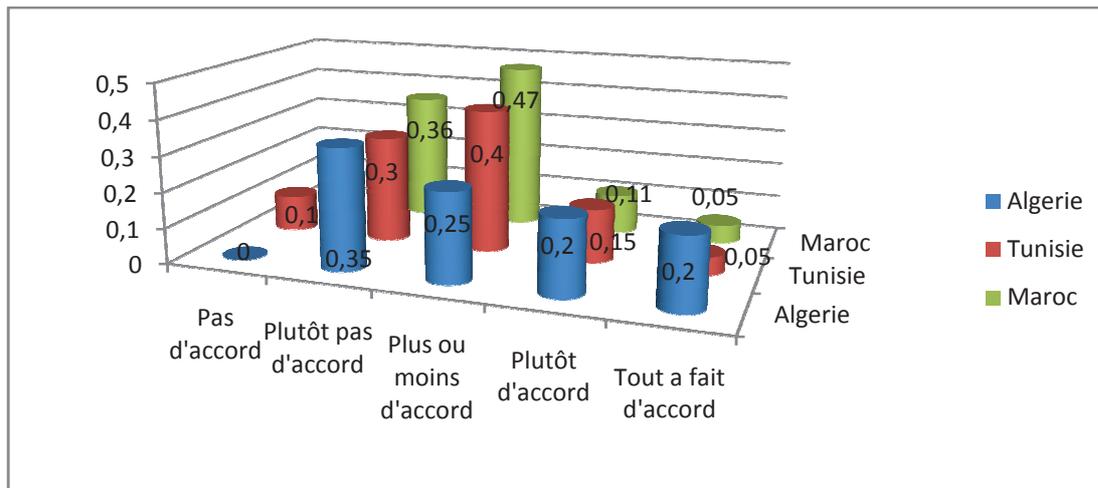
#### **4. Les déterminants politiques et réglementaires (institutionnelles)**

Pour tester l'influence des déterminants réglementaires sur la création des entreprises féminines au niveau micro, nous nous inspirons également du modèle de Gnyawali et Fogel, (1994). Nous avons posé 10 questions, cependant, nous allons exposer trois réponses de façon plus détaillée selon leur importance.

##### **4.1. La disponibilité des informations à la création d'entreprises**

La question suivante a été posée pour tester l'influence d'informations relatives à la création d'entreprises : quelle est l'influence du niveau de disponibilité des informations de création sur le lancement de votre entreprise?

**Figure 11: la disponibilité de l'information de création d'entreprises**



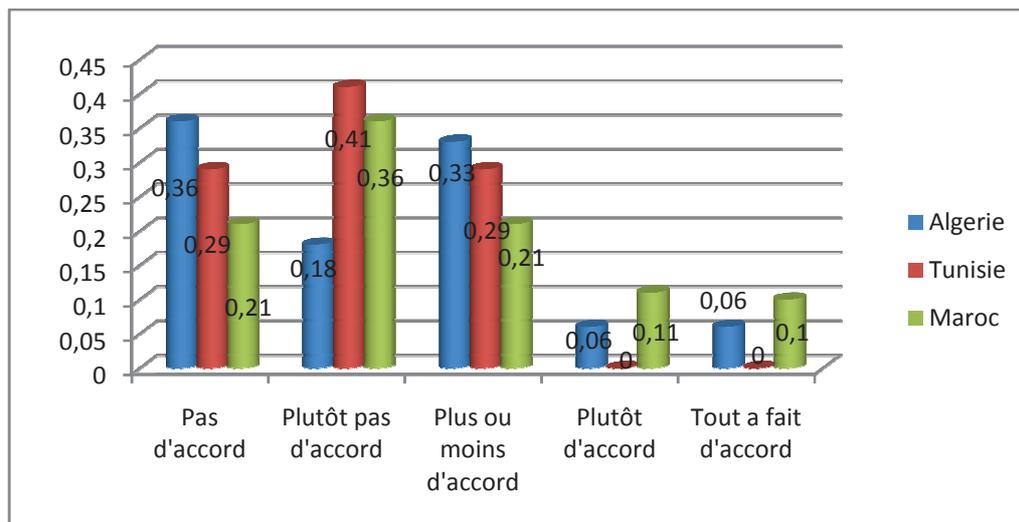
Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Bien que les femmes entrepreneurs commencent à avoir de l'intérêt pour les entreprises, les structures d'accompagnement ne suivent pas très souvent. En pratique, il semble que les femmes marocaines et tunisiennes sont les moins bénéficiaires de l'accompagnement des structures d'aide à la création d'entreprises. En revanche, la hausse des cours pétroliers dans les dernières années a fortement conforté l'Algérie à se lancer dans des projets destinées à aider les promoteurs. À ce stade, il paraît que les femmes entrepreneurs lors du lancement de leurs entreprises en Algérie étaient motivées un peu par la disponibilité des programmes de soutien qui leur ont permis d'acquérir des informations dans le cadre d'une formation à titre gratuit. En effet, 84% et 80% des interviewés successivement au Maroc et en Tunisie ne sont pas assez satisfaites du niveau d'influence des structures spécialisées (divulgarion d'informations et soutien à la création) contre 60% en Algérie.

#### 4.2 Les procédures requises pour la création d'entreprises

La question suivante a été posée pour tester l'influence des procédures requises pour l'enregistrement des entreprises: quelle est l'influence des procédures requises de création de l'entreprise sur le lancement de votre projet?

Figure 12: résultats des procédures requises pour la création d'entreprise



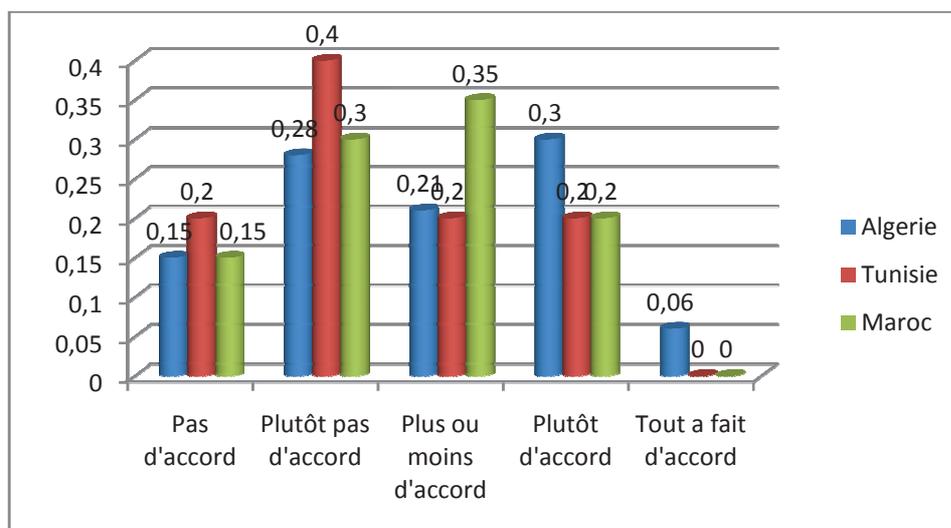
Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Selon la figure12, le facteur des *procédures exigées pour la création* des entreprises est très défavorable pour le lancement des entreprises dirigées par les femmes. Les blocages existent dans les trois pays, mais à des niveaux variés. Selon les avis, les femmes tunisiennes et les femmes algériennes rencontrent plus de problèmes et de difficultés lors du lancement des activités.

#### 4.3- Les incitation fiscales

La question suivante a été posée en vue tester l'influence des facilitations fiscales: quelle est l'influence des incitations fiscales sur le lancement de votre entreprise?

Figure 13: résultats des incitations fiscales



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

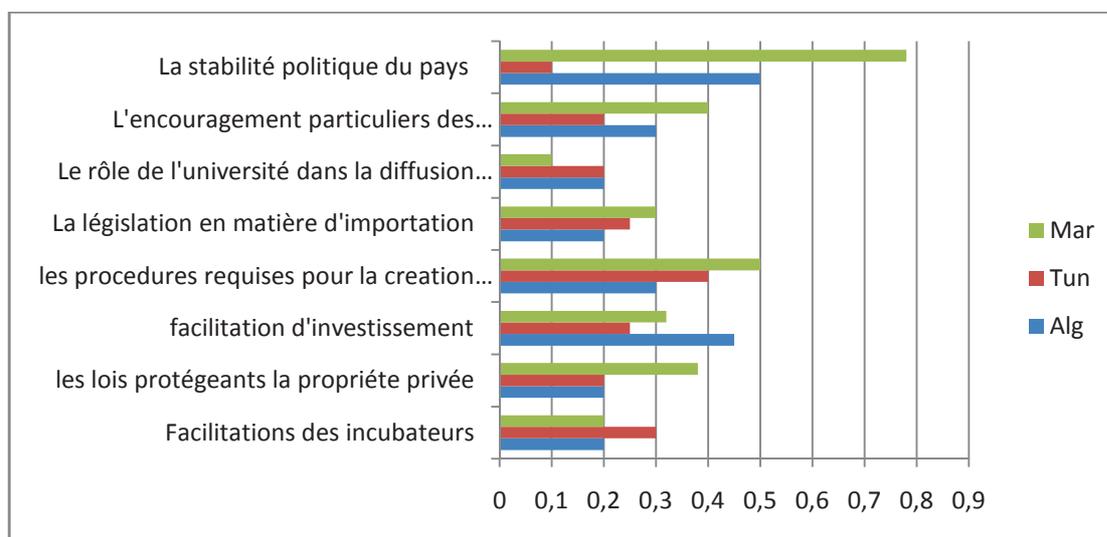
D'après la figure 13, les femmes tunisiennes ne sont pas assez satisfaites du niveau des exemptions fiscales. En effet, le gouvernement tunisien connaît des difficultés économiques, et sa transition démocratique paraît prendre encore un long chemin à parcourir.

Les femmes algériennes se voient par contre les plus destinataires d'avantages fiscaux. À cet égard, 57% des femmes algériennes déclarent que les avantages fiscaux influencent la création d'entreprises.

### 4.4 Analyses globales

Une analyse d'ensemble des déterminants réglementaires nous donne la figure suivante:

Figure 14: Résultats des déterminants réglementaires au niveau micro



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

En gros, les déterminants réglementaires et politiques n'influencent pas l'activité entrepreneuriale des entreprises dirigées par les femmes. Les administrations semblent être très bureaucratiques, avec l'absence d'une vision entrepreneuriale plus claire et efficace.

Le Maroc jouit d'une *stabilité politique* qui favorise la création des entreprises féminines, et l'Algérie présente la même chose, mais à un degré moindre. En revanche, l'instabilité politique en Tunisie a influencé négativement la création des entreprises.

*L'encouragement de l'entrepreneuriat féminin par les politiciens* est plus ressenti par les femmes au Maroc que par les femmes du reste du Maghreb. Les femmes entrepreneurs algériennes sont plus chanceuses que leurs homologues tunisiennes au cours de la dernière

décennie. Elles ont été encadrées et accompagnées par des structures d'aide à la création d'entreprises. Il n'en demeure pas moins que les politiciens maghrébins affichent beaucoup d'insuffisances en matière des mesures de création des entreprises en général, et des entreprises féminines en particulier, et ce de manière plus efficace et efficiente. D'ou ce facteur est estimé par les femmes entrepreneurs comme un élément démotivant à l'entrepreneuriat.

*L'université* au Maghreb est loin d'accomplir une mission entrepreneuriale. Ce facteur semble être le facteur le moins motivant pour les femmes. Des cours sur l'entrepreneuriat sont rares, et ceux qui sont dispensés ne répondent pas à la finalité qui n'est autre que la sensibilisation et la divulgation de l'esprit entrepreneurial au milieu des étudiants. Le taux de femmes qui croient que l'université est motivante à la création d'entreprises n'excède pas les 20% pour les trois groupes de l'échantillon. Ce taux s'avère incontestablement très faible.

Également, *la législation relative à l'importation* des matières est un facteur démotivant selon le témoignage des femmes, notamment en Tunisie. À vrai dire, les autres femmes dans les autres pays ne sont pas dans une situation enviable. Le meilleur pays dont les femmes ont été motivées par une législation favorable à l'importation est le Maroc.

Concernant *les procédures*, l'Algérie a amélioré son classement de sept places dans le rapport Doing Business 2017 de la Banque Mondiale, se hissant à la 156e place, le pays se classe ainsi derrière la Tunisie (77e) et le Maroc 68e. En effet, selon notre sondage, les femmes au Maroc et en Tunisie soulignent que les formalités et les procédures de création ne sont pas assez motivantes pour leurs entreprises. En Algérie, les femmes sont les plus mécontentes des démarches rencontrées lors de la création.

Pour les *facilitations d'investissement*, selon les données collectées, toujours les femmes tunisiennes sont les moins démotivées, et les femmes algériennes sont les plus confortées, tandis que les femmes marocaines sont plus au moins motivées par ces facilitations. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que le climat des d'investissement est globalement démotivant pour les femmes pour notre échantillon.

De même, *les lois protégeant la propriété privée*, à l'image des facteurs précédemment abordés, sont démotivants pour les entreprises dirigées par les femmes (et peut-être même pour les hommes). Toutefois, les femmes marocaines sont légèrement plus stimulées par ce facteur institutionnel par rapport aux autres pays.

Enfin, concernant *les facilitations prodiguées par les incubateurs*, les femmes sont loin encore une fois d'être attirées par des facteurs institutionnels. Tout simplement, l'immense majorité des entreprises ont connu leurs créations hors du circuit de ces organismes de soutien à la création d'entreprises. Les femmes tunisiennes ont bénéficié plus de ces prestations. Toutefois, le cadre général est démotivant au Maghreb, car le nombre des incubateurs est très faible, et ne couvre pas tous les territoires.

### 5. Déterminants socioculturels

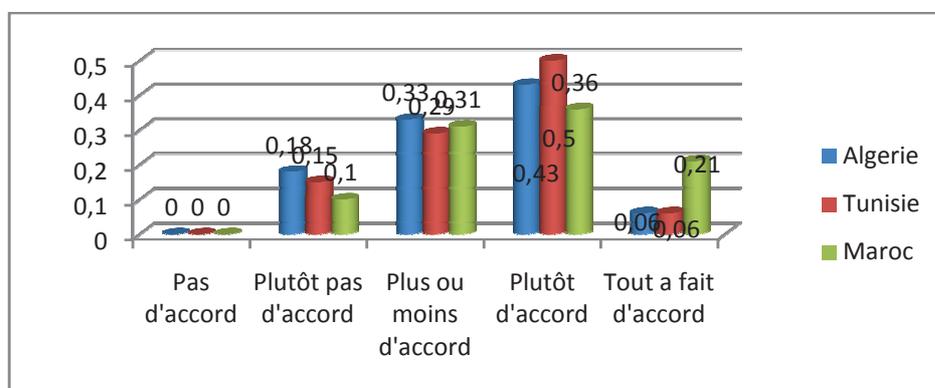
Pour tester l'influence des déterminants socioculturels sur la création des entreprises au niveau micro, nous nous sommes inspirés du modèle de Gnyawali et Fogel, (1994). Pour ce faire, nous avons posé 10 questions. Toutefois, nous nous limitons à détailler deux variables, à savoir, l'entrepreneuriat comme un choix de carrière désirable et la contribution des medias au développement de la culture entrepreneuriale.

#### 5.1 Le lancement d'une entreprise est un choix de carrière désirable

Une question a été posée pour tester si l'entrepreneuriat est un choix désirable : Dans quelle mesure le lancement d'une entreprise est-il un choix de carrière désirable? Cette question s'inspire du modèle de l'étude GEM.

Si une interviewée admet que l'entrepreneuriat est un choix de carrière désirable, elle exprime en fait qu'elle a reçu un milieu favorable à l'entrepreneuriat et possédait les qualités requises pour son projet avant de devenir une femme entrepreneur (Douglas et Shepherd, 2002).

Figure 15: résultat de lancement d'une entreprise est un choix de carrière désirable



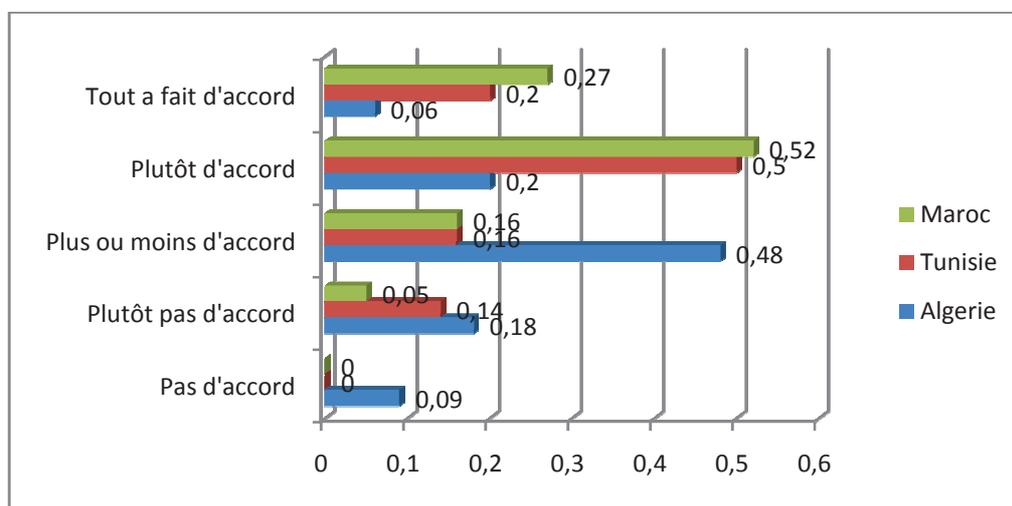
Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

La perception de l'entrepreneuriat comme un choix de carrière désirable est plus favorable pour les femmes au Maroc. En effet, 21% des femmes entrepreneurs considèrent que l'entrepreneuriat est *tout à fait* un choix de carrière désirable, contre 6% de femmes entrepreneurs dans les deux autres pays maghrébins. Mieux encore, il se retrouve au Maroc le moins de femmes (10%) qui ne sont *pas vraiment d'accord* sur le fait que l'entrepreneuriat n'est pas un choix de carrière désirable, contre 15% en Tunisie et 18% en Algérie.

### 5.2 La contribution des médias au développement de la culture entrepreneuriale

Une question a été posée pour tester l'influence des médias sur le développement de la culture entrepreneuriale ? Cette question s'inspire également de l'étude GEM.

Figure 16: résultat de contribution des médias au développement de la culture entrepreneuriale



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

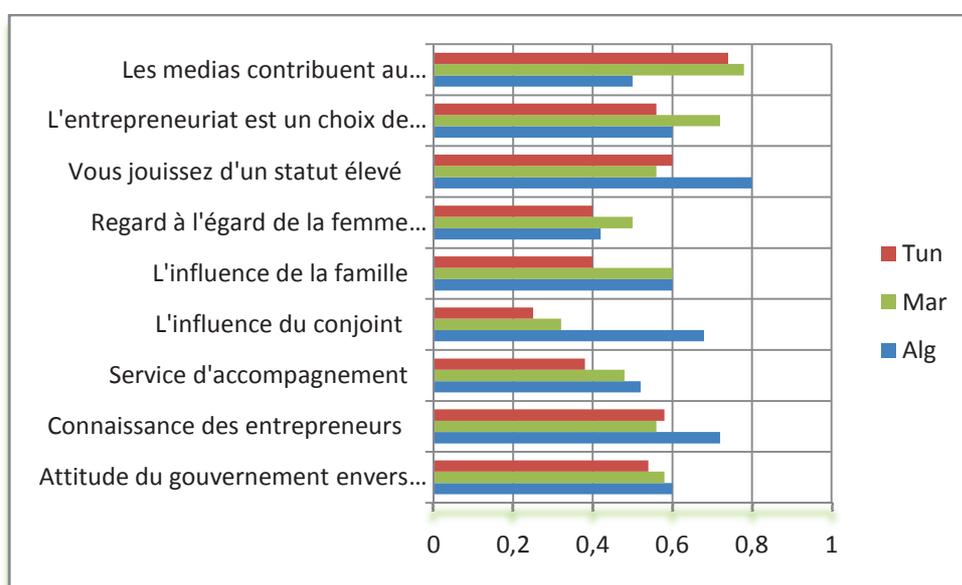
Les femmes entrepreneurs du Maghreb estiment que les médias n'accordent pas assez d'attention à l'entrepreneuriat. Si les femmes ne bénéficient pas du même statut et de la même crédibilité en tant qu'entrepreneurs, comme le cas dans de nombreux pays, elles auront plus de difficultés à faire asseoir leurs entreprises et à se faire accepter dans le monde des affaires.

Selon les résultats de notre échantillon, les médias jouent un rôle plus positif au Maroc et en Tunisie dans la promotion de l'entrepreneuriat qu'en Algérie. Elles sont à 80% au Maroc et 70% en Tunisie qui sont *plutôt et tout à fait d'accord* avec l'énoncé «les médias développent la culture entrepreneuriale dans leur pays», contre 26 % en Algérie.

### 5.3 analyses globales

Une analyse globale sur les déterminants socioculturels nous donne la figure suivante:

Figure 17: analyse des déterminants socioculturels au niveau micro



Source: préparation de l'étudiant à partir du dépouillement

Le tableau représente le pourcentage du niveau de l'influence de chaque item. Selon les résultats globaux, les déterminants socioculturels sont plus forts en Algérie, qu'au Maroc et en Tunisie. Néanmoins, la dynamique de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb demeure fortement ancrée dans les processus sociofamiliaux.

En fait, être vues comme des *patrones-modèles* procure du respect aux femmes entrepreneurs. Les femmes entrepreneurs en Algérie se ressentent plus appréciées dans la société. En effet, ce sentiment est plus fort chez elles qu'ailleurs au Maghreb.

Globalement, le *regard de la société maghrébine* sur la femme entrepreneur n'est pas très positif (il n'est pas assez motivant pour la création des projets). Pratiquement, il est plus faible en Tunisie et en Algérie qu'au Maroc.

Par ailleurs, d'après les données collectées, les entrepreneurs tunisiennes ont obtenu le moins d'aides auprès de *leurs familles et de leurs conjoints*. À l'inverse, les entrepreneurs algériennes ont déclaré avoir été plus motivées lors de la création en raison de l'aide reçue en provenance de leur maris.

Les femmes entrepreneurs en Algérie ont *un réseau d'entrepreneurs* plus important que celui des femmes des autres pays. Le capital social semble lui aussi plus ou moins motivant pour les femmes entrepreneurs de la région.

Selon l'étude de notre échantillon, *l'accompagnement des femmes et l'attitude du gouvernement à l'égard des femmes entrepreneurs* sont plus motivants aux femmes entrepreneurs en Algérie et au Maroc. Par contre, leur motivation est très faible à l'égard des femmes en Tunisie. En tout état de cause, le service de l'accompagnement et l'attitude du gouvernement est plus ou moins motivant pour les femmes entrepreneurs de la région.

En guise de conclusion, les motifs personnels semblent être les principales raisons de mise sur pied des entreprises féminines au Maghreb, à titre d'exemple, la subvention aux besoins individuels et à ceux de la famille est vue comme une motivation significative par les femmes. En effet, l'écrasante majorité des femmes (66%) l'a confirmé. Contrairement aux facteurs économiques, réglementaires et socioculturels qui sont dans la majorité des cas, très démotivants.

D'autre part, des caractéristiques telles que la taille de l'entreprise, son âge, et son secteur d'activité sont des déterminants plus importants pour l'accès au financement, et par conséquent pour l'aventure entrepreneuriale.

### **Section 3: Analyse multidimensionnelle des déterminants de l'entrepreneuriat au pays du Maghreb : résultats de l'application de l'analyse factorielle des correspondances multiples**

L'univers des déterminants de 75 entrepreneurs était soumis à l'analyse factorielle **des correspondances multiples** (ACM) afin d'identifier les groupements de variables fortement corrélées entre elles, ainsi que la distribution de ces groupements selon les trois pays.

Pour procéder à l'analyse (ACM), nous devons apporter des aménagements aux données de notre questionnaire en vue de faciliter l'analyse statistique, et par la suite l'analyse économique. En effet, il y a lieu de faire ressortir cinq grandes catégories de variables à

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

savoir: les traits de personnalités, les motivations, les déterminants économiques, les déterminants réglementaires et les déterminants culturels de façon à mieux représenter la totalité du phénomène à élucider.

Ainsi, nous avons fait ressortir 5 catégories de variables (*voir annexe 3*), les 03 modalités associées aux *traits de personnalité* des entrepreneurs forment la première catégorie. Les 13 modalités associées aux *motivations* des entrepreneurs forment la seconde catégorie. Les 09 modalités associées aux *déterminants économiques* forment la troisième catégorie. Les 10 modalités associées aux *déterminants réglementaires* forment la quatrième catégorie. Enfin, les 10 modalités associées aux *déterminants culturels* forment la cinquième catégorie.

Aussi, nous avons obtenu 3 mesures, la valeur de chaque grande catégorie égale à la moyenne des modalités correspondantes. Ensuite, cette valeur est rapprochée de 1, 2, ou 3 qui représente successivement: une influence faible, moyenne, ou forte.

L'application de la technique d'analyse des correspondances multiples (ACM) permet d'identifier et de comparer les facteurs individuels qui favorisent l'entrepreneuriat féminin dans les trois pays. Le traitement informatique a été fait à l'aide du logiciel XL-STAT 2016 dont les résultats seront présentés ci-dessous :

### 1. Résultats empiriques relatifs au Maroc

#### 1.1. Analyse descriptive des données:

Une lecture du tableau ci-dessous montre que la majorité des femmes entrepreneurs (52%) estiment que l'impact des *traits de personnalités* sur la décision de création de l'entreprise est moyen. Par contre, une bonne partie d'entre elles (42%) estime que les traits de personnalités n'ont pas une influence sur leur démarche entrepreneuriale.

**Tableau (34): descriptif des données exploitées**

Variabiles	Modalités	Effectifs	%
Traits de personnalité	1	8	42,105
Traits de personnalité	2	10	52,632
Traits de personnalité	3	1	5,263
Motivations	2	9	47,368
Motivations	3	10	52,632

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

Déterminants économiques	1	15	81,947
Déterminants économiques	2	4	18,053
Déterminants politiques et réglementaires	1	15	76,947
Déterminants politiques et réglementaires	2	4	23,053
Déterminants culturels	1	5	26,316
Déterminants culturels	2	12	63,158
Déterminants culturels	3	2	10,526

Quant aux *motivations*, nous observons que l'impact est très positif. En effet, 52% croient que les facteurs associés à la catégorie de *motivations* sont des stimulateurs du comportement entrepreneurial. Très similairement, le reste de l'échantillon, soit 42% estiment que les mêmes facteurs avaient des effets moyens sur leur choix de la carrière entrepreneuriale.

Concernant les *déterminants économiques*, ils s'avère qu'ils n'encouragent pas les femmes à entreprendre des entreprises. Nos résultats montrent que 82% des femmes sont d'accord que ces déterminants ne sont pas importants pour la création des entreprises, contre seulement 18% qui sont d'accord (plus ou moins importants).

Concernant les *déterminants réglementaires*, nos résultats montrent que 77% des entrepreneurs nous ont déclarés que ce type de déterminants n'était pas important pour la création des entreprises, contre 33% des femmes qui l'ont jugé moyennant important. De cette façon, les femmes reconnaissent que les déterminants réglementaires et politiques ne sont pas des facteurs motivants de la création de leurs entreprises.

Enfin, selon 62% des femmes, les *déterminants culturels* ont plus ou moins influé sur l'action entrepreneuriale. Néanmoins, il y a une minorité de femmes (10%) qui a souligné que les déterminants culturels avaient influencé fortement leur décision de création d'entreprises. D'autre part, un quart des femmes ne sont nullement satisfaites du rôle des facteurs culturels. Spécifiquement, la réponse qui a reçu plus de déception auprès de toutes les femmes interviewées est celle liée à *la place de l'entrepreneuriat féminin dans la société*.

### 1.2. Résultats de l'ACM

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

Le tableau relatif aux résultats des valeurs propres fait ressortir que le premier axe factoriel F1 arrive à expliquer 82,57% de l'inertie totale (l'information totale), tandis que le deuxième axe F2 explique 3,07%. Par conséquent, le premier plan factoriel composé de F1 et F2 a un pouvoir d'explication de 85,64% de l'information totale.

**Tableau (35) : valeurs propres et pourcentages d'inertie.**

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Valeur propre	0,607	0,279	0,220	0,159	0,099	0,036
Inertie (%)	43,354	19,897	15,687	11,355	7,102	2,605
% cumulé	43,354	63,251	78,938	90,293	97,395	100,000
Inertie ajustée	0,259	0,010	0,001			
Inertie ajustée (%)	82,572	3,077	0,192			
% cumulé	82,572	85,649	85,841			

Au seuil de signification de 5%, le tableau n° 36 relatif aux valeurs-test montre l'influence des différentes modalités sur la création des entreprises. L'axe F2 explique les modalités suivantes: traits de personnalité-1 (l'influence des traits de personnalités est faible), traits de personnalité-2 (l'influence des traits de personnalité est moyenne), traits de personnalité-3 (l'influence des traits de personnalité est forte) et déterminants culturels-1 (l'influence des déterminants culturels est faible). Alors que l'axe F1 explique d'autres modalités: motivation-1 (l'influence des motivations entrepreneuriales est faible), motivation-2 (l'influence des motivations entrepreneuriales est moyenne), déterminants économiques-1 (l'influence des déterminants économiques est faible), déterminants économiques-2 (l'influence des déterminants économiques est moyenne), déterminants politiques-2 (l'influence des déterminants politiques est moyenne), déterminants culturels-2 (l'influence des déterminants culturels est moyenne) et déterminants culturels-3 (l'influence des déterminants culturels est forte).

**Tableau (36): Les valeurs test (variables)**

	F1	F2	F3
Traits de personnalité-1	-0,306	<b>-3,433</b>	-1,099
Traits de personnalité-2	0,517	<b>2,504</b>	<b>2,601</b>
Traits de personnalité-3	-0,480	1,991	<b>-3,386</b>

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

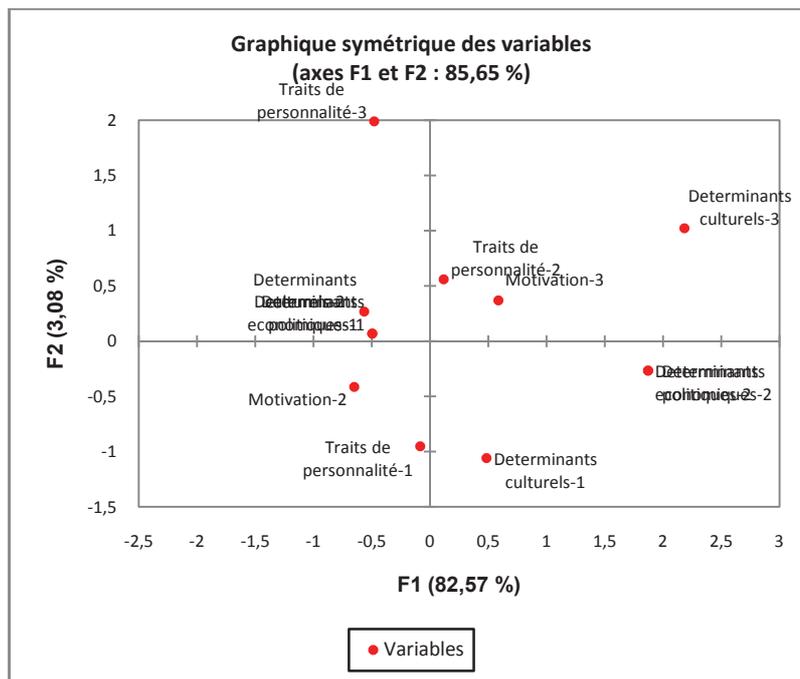
Motivation-2	<b>-2,622</b>	-1,661	1,630
Motivation-3	<b>2,622</b>	1,661	-1,630
Déterminants économiques-1	<b>-4,097</b>	0,580	0,137
Déterminants économiques-2	<b>4,097</b>	-0,580	-0,137
Déterminants politiques-1	<b>-4,097</b>	0,580	0,137
Déterminants politiques-2	<b>4,097</b>	-0,580	-0,137
Déterminants culturels-1	1,227	<b>-2,677</b>	-0,941
Déterminants culturels-2	<b>-3,141</b>	1,496	-0,007
Déterminants culturels-3	<b>3,177</b>	1,489	1,361

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil  $\alpha=0,05$

### 1.3. Les graphiques symétriques des variables

Le graphique symétrique des variables (figure 18) relatif au premier plan factoriel dégage plusieurs conclusions:

Figure 18: symétrie des variables



1. Sur l'axe F1, nous pouvons constater une relation inverse entre motivation-3 déterminants culturels-3, déterminants culturels-1, déterminants économiques-2 et déterminants politiques-2 d'une part, et déterminants culturels-2, déterminants économique-1, déterminants politiques-1, motivation-2, d'autre part.

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

---

Certainement les répondantes caractérisées par des motivations fortes (gain d'argent par exemple) s'opposent aux femmes motivées par la saisie des idées d'affaires ou par l'envie d'apprentissage. En d'autres termes, l'entrepreneuriat de nécessité oppose l'entrepreneuriat d'opportunité. D'autre part, nous constatons un contraste au regard des facteurs socioculturels, économiques et politiques : certaines femmes sont soutenues par leurs proches (facteurs culturels) et d'autres par les institutions de l'État (facteurs réglementaires).

2- Sur l'axe F2, traits de personnalité-2 et traits de personnalité-3 opposent les traits de personnalité-1 et déterminants culturels-1.

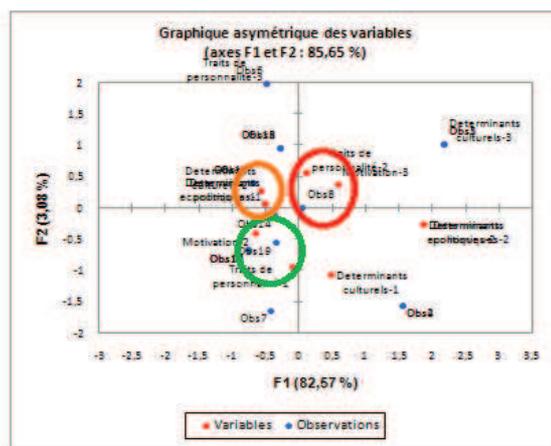
En effet, nous observons une relation inverse entre les femmes qui affirment que la décision de création de leurs entreprises dépend de leurs choix personnels (locus de contrôle positif), et celles qui déclarent que le réseau relationnel a fortement influencé leur décision de création d'entreprises (locus de contrôle négatif).

3- Une relation positive entre :

- Traits personnalité-2 et motivation-3:  
Les femmes qui expriment des besoins forts à l'égard de l'argent sont très souvent celles dont l'aversion au risque est plus au moins faible.
- Les déterminants culturels-2, déterminants économique-1 et déterminants politiques-1:  
Les femmes qui ont reçu des aides de la part de leurs familles sont très souvent celles qui n'avaient pas pu lever des fonds auprès des institutions financières.
- Motivation-2 et traits de personnalité-1

En outre, les femmes qui ont choisi l'entrepreneuriat plus au moins pour des raisons d'autonomie et de reconnaissance sociale, ont exprimé un locus de contrôle faible: la décision de création d'entreprises dépend faiblement de leurs choix personnels puisque leurs proches (les parents, les frères, ou/et les conjoints) s'immiscent dans leurs choix et ont pour raison le soutien financier et moral prodigué à l'entreprise. De plus, pour une femme qui dirige une entreprise familiale, ses motivations d'autonomie et d'indépendance sont souvent plus fortes que ses motivations financières.

**Figure 19: symétrie des variables et observations**



Source : établi à l'aide du logiciel XI-stat 2016

Cette image globale de l'entrepreneuriat féminin au Maroc (et en Tunisie et en Algérie plus bas) ressemble en partie à celle élaborée par les Australiens Orhan et Scott (2001). Selon ces derniers, les femmes entrepreneurs partagent l'une ou plusieurs des sept catégories de motivations suivantes : entrepreneures par chance, entrepreneures sans alternative, entrepreneures à succession naturelle, entrepreneures dynastiques, entrepreneures forcées, entrepreneures informées et entrepreneurs pures

En observant la figure 19, nous dégagons trois typologies des femmes entrepreneurs: La première typologie se rapporte aux femmes qui sont responsables d'un commerce familial. Elles sont également caractérisées par un niveau moyen de motivation personnelle et un niveau très faible des traits de personnalité. À cet égard, les femmes nécessitent plus de compétences pour gérer les affaires. Ces compétences devraient être recherchées hors du cadre de l'entreprise familiale afin de prendre les rênes de l'entreprise avec des plans bien réfléchis. Cette typologie se rapproche de la catégorie d'entrepreneurs *succession naturelle*.

Dans la seconde typologie, les femmes entrepreneurs sont jeunes et nouvellement diplômées. Elles ont choisi une carrière entrepreneuriale, car elles avaient de l'enthousiasme et de la créativité pour le faire. À leurs yeux, l'entrepreneuriat est considéré comme un style de vie. Ainsi, elles sont attirées par un entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité. Toutefois, elles estiment que le climat des affaires au Maroc est très défavorable pour la création des entreprises. Cette typologie se rapproche de la catégorie des *entrepreneures pures*.

La troisième typologie est liée aux femmes qui se sont retrouvées dans les affaires en raison de facteurs multiples: saisi d'une opportunité, démission du travail, plafond de verre, ou être sans emploi. Elles sont caractérisées par leur possession de compétences et d'expériences, et ont souvent reçu l'accompagnement et le soutien des institutions financières. De ce fait, cette catégorie de femmes est extrêmement informée des changements des affaires et des marchés. Ainsi, elle se rapproche de la catégorie des *entrepreneurs informées*.

### 2. Résultats empiriques relatifs à la Tunisie

Les résultats de l'ACM en Tunisie sont les suivants:

#### 2.1. Analyse descriptive des données

Tableau (37): données descriptives

Variabes	Modalités	Effectifs	%
Traits de personnalité	1	10	41,66
Traits de personnalité	2	14	58,33
Motivations	2	16	66,66
Motivations	3	8	33,33
Déterminants économiques	1	24	100
Déterminants politiques	1	24	100
Déterminants culturels	1	3	12,5
Déterminants culturels	2	20	83,33
Déterminants culturels	3	1	4,16

Les résultats du tableau 37 font ressortir que 58% des femmes de l'échantillon croient que les traits de personnalité ont influencé le choix de créer une entreprise de façon moyenne, alors que le reste des femmes (41%) croient que ces traits n'ont pas influencé leur décision initiale de création.

Quant aux motivations, la majorité des entrepreneurs (2/3) sont d'accord sur le fait que les motivations ont plus ou moins influencé la création des entreprises. Encore mieux, le reste de l'échantillon, soit (1/3) des femmes déclarent que les motivations ont fortement influencé le choix de leur carrière professionnelle.

Concernant les déterminants économiques, et les déterminants réglementaires et politiques, nos résultats montrent que la totalité des femmes (100%) admettent qu'ils ne sont pas favorables pour la création des entreprises (pas importants). Un peu surprenant, il n'y a aucune femme qui exprime un peu de satisfaction au regard des déterminants économiques et réglementaires. En d'autres termes, les facteurs économiques ainsi que les déterminants réglementaires n'encouragent pas les femmes à entreprendre. La situation après la révolution a assurément accentué la détérioration du climat des affaires en Tunisie.

Enfin, les déterminants culturels ne sont pas vraiment des éléments déclencheurs de l'acte de création des entreprises. En effet, l'immense majorité des femmes (83%) se rangent au milieu, entre celles qui expriment une faiblesse de l'influence des déterminants culturels et celles qui expriment une importance de l'influence de ces déterminants.

### 2.2 L'application de l'ACM pour le cas de la Tunisie

Le tableau relatif aux résultats des valeurs propres fait ressortir que le premier axe factoriel F1 explique 66,12% de l'inertie (l'information totale), tandis que le deuxième axe F2 explique 3,02%. Par conséquent, le premier plan factoriel composé de F1 et F2 a un pouvoir d'explication de 69,14% de l'information totale.

**Tableau (38) : valeurs propres et pourcentages d'inertie :**

	F1	F2	F3
Valeur propre	0,301	0,222	0,162
Inertie (%)	37,627	27,700	20,272
% cumulé	37,627	65,328	85,599
Inertie ajustée	0,016	0,001	
Inertie ajustée (%)	66,119	3,024	
% cumulé	66,119	69,142	

Les trois facteurs retenus sont, en ordre décroissant d'importance

Au seuil de signification de 5%, le tableau relatif aux valeurs-test montre que les modalités : traits de personnalité-1, traits de personnalité-2, motivation-2, motivation-3 et

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

déterminants culturels-3 sont expliquées par l'axe F1. Alors que, déterminants culturels-1 et déterminants culturels-2 sont expliquées par F2.

Tableau (39) valeurs test (Variables)

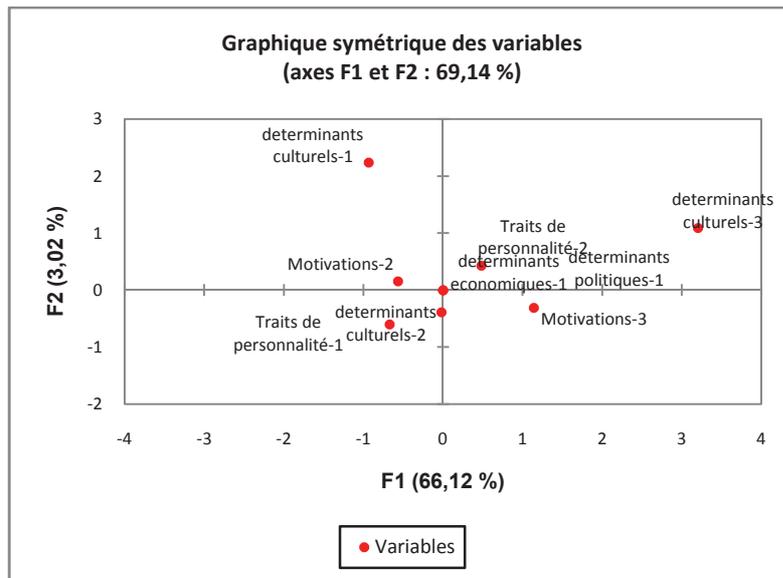
	F1	F2
	-	
Traits de personnalité-1	<b>2,718</b>	-2,435
Traits de personnalité-2	<b>2,718</b>	2,435
	-	
Motivations-2	<b>3,858</b>	1,057
Motivations-3	<b>3,858</b>	-1,057
Déterminants économiques-1		
Déterminants politiques-1		
	-	
Déterminants culturels-1	1,697	<b>4,055</b>
	-	
Déterminants culturels-2	0,210	<b>-4,182</b>
Déterminants culturels-3	<b>3,201</b>	1,087

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil  $\alpha=0,05$

### 2.3. Les graphiques symétriques des variables

Le graphique symétrique des variables relatif au premier plan factoriel fait ressortir plusieurs conclusions :

Figure 20:symétrique des variables



1- Sur l'axe F1, il existe une relation inverse entre (déterminants culturels-3, motivations-3), et (déterminants culturels-1): des motivations fortes de femmes telles que l'envie de gagner de l'argent s'opposent aux motivations des femmes à la recherche des idées d'affaires ou d'apprentissage, autrement dit, l'entrepreneuriat d'opportunité s'oppose à celui de nécessité. Il convient de noter d'autre part que cette distinction est plus ressentie en Tunisie.

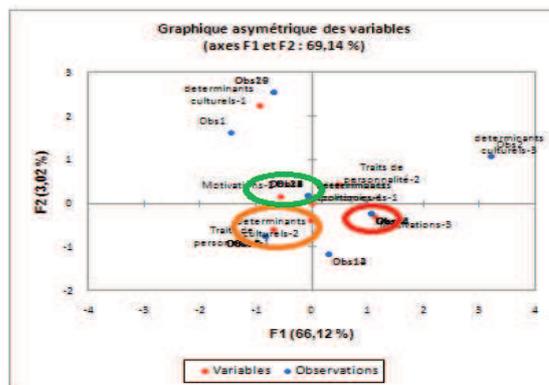
2- Sur l'axe F2, les déterminants culturels-3 et déterminants culturels-1 opposent les traits de personnalité-1: effectivement, les femmes qui lèvent des fonds familiaux ou celles qui poursuivent une activité familiale ne jouissent pas d'une autonomie totale dans la gestion et la prise de décision, à cet effet, le locus de contrôle est très faible parmi cet échantillon. Par conséquent, le degré de dépendance familiale est très élevé, et l'entreprise est considérée comme la propriété de toute la famille.

3- Toutefois une relation positive existe entre :

- trait de personnalité-1 et déterminants culturels-2 : les femmes ayant un réseau relationnel très faible avant le début d'activité ont trouvé une alternative et un soutien à leurs activités auprès de leurs proches pour lancer leurs propres affaires.
- Une autre relation positive est entre traits de personnalité-2, déterminants économiques-1 et déterminants politiques-1: l'environnement institutionnel et économique sont défavorables à la création des entreprises, ajouté à cela, le fait que les femmes entrepreneurs en Tunisie sont plus au moins averses au risque. D'où, l'entrepreneuriat des femmes est assurément très faible.

En conclusion, il apparaît que le facteur culturel influence plus au moins l'activité entrepreneuriale.

Figure 21: asymétrie des variables et observations



Selon la figure 21, la répartition est très dispersée, nous pouvons toutefois dégager trois typologies :

La première typologie est influencée par des facteurs culturels et des caractéristiques personnelles très faibles, en effet, les femmes de ce groupe ont reçu un soutien total auprès de leur famille (famille de provenance ou famille d'alliance: conjoints, père ou (et) frères, etc). Elles s'insèrent dans des mécanismes de solidarité familiale lorsqu'elles sont célibataires, et intègrent les circuits de solidarité conjugale une fois mariées. Cette volonté entrepreneuriale s'inscrit dans un cadre de valorisation de la rétention scolaire de la jeune fille. Ce groupe de femmes se distingue par la possession des ressources familiales et personnelles, et la jouissance d'une formation. Leurs entreprises se situent entre des activités artisanales et des entreprises structurées (telles que la production d'art, de couture, les services informatiques, les supérettes, etc). Cette typologie se rapproche de la catégorie d'*entrepreneures by chance*.

Dans la seconde typologie, l'élément déclencheur est le goût d'indépendance. En fait, les femmes cherchent l'autonomie et la combinaison entre vie professionnelle et vie privée. À titre d'exemple, leurs entreprises activent dans la fabrication des meubles, la confection, et emploient généralement plus de 3 employés. Bien qu'elles déclarent avoir saisi des opportunités et désirent développer des idées d'affaires, ces femmes manquent encore de compétences pour gérer les affaires. Le financement des entreprises a été assuré par des

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

crédits bancaires. Ainsi, cette typologie se rapproche de la catégorie d'*entrepreneures succession naturelle*.

Pour la troisième typologie, les femmes sont des entrepreneurs de nécessité dont l'influence des déterminants environnementaux sur la création de leurs entreprises est pratiquement nulle. Les entreprises évoluent dans plusieurs domaines: élevage de bovins, location de produits et d'accessoires pour cérémonies, services et prestations diverses, production de tapis et de natte. Les femmes sont caractérisées par un fort enracinement familial, disposant d'un petit capital et d'un faible niveau d'éducation. Cette typologie se rapproche de la catégorie d' *entrepreneures forcées*.

La quatrième typologie correspond à des entreprises familiales dont le capital appartient à un (ou plusieurs) membre de la famille, la gestion est assurée par une femme et le transfert de la gérance se fait au hasard et d'une façon non planifiée. Cette dirigeante pourrait être aussi une héritière d'une entreprise appartenant soit à sa famille soit à son mari. À ce niveau, ces entreprises garantissent la continuation des affaires familiales, et cet entrepreneuriat est ainsi la résultante de certaines circonstances. Cette typologie se rapproche de la catégorie d'*entrepreneures dynastiques*.

### 3. Résultats empiriques relatifs à l'Algérie

Les résultats de l'ACM en Algérie sont les suivants:

#### 3.1. Analyse descriptive des données

Tableau (40): données descriptives

Variables	Modalités	Effectifs	%
Traits de personnalité	1	7	21,875
Traits de personnalité	2	20	62,5
Traits de personnalité	3	5	15,625
Motivations	1	1	3,125
Motivations	2	19	59,375
Motivations	3	12	37,5
Déterminants économiques	1	9	28,125
Déterminants économiques	2	14	43,75
Déterminants économiques	3	9	28,125
Déterminants politiques	1	11	34,375

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

Déterminants politiques	2	14	43,75
Déterminants politiques	3	7	21,875
Déterminants culturels	1	4	12,5
Déterminants culturels	2	18	56,25
Déterminants culturels	3	10	31,25

Le tableau 40 montre que 62% des femmes de l'échantillon en Algérie admettent que la création de leurs entreprises a été moyennement influencée par les traits de personnalité. Par contre, nous constatons seulement une partie des femmes (15%) qui ont indiqué que les traits ont une grande influence sur la décision relative à la démarche entrepreneuriale. Le reste des femmes (21%) manifestent des traits de personnalité faibles pour l'entrepreneuriat.

Quant aux motivations, une bonne partie des femmes (59%) estime avoir été plus ou moins influencée par les motivations entrepreneuriales, telles que le gain d'argent et la recherche de l'autonomie. En revanche, très peu de femmes (3%) qui disent que ces motivations avaient peu d'influence sur leur carrière entrepreneuriale, contre 37% qui croient que l'impact était fort.

Concernant les déterminants économiques, les femmes qui déclarent avoir été motivées par ces déterminants sont égales en nombre à celles qui affirment que les déterminants sont démotivants (28%) pour l'entrepreneuriat. Toutefois, la majorité des femmes (43%) demeurent celles qui admettent que les déterminants économiques ont moyennement impacté leur choix de création d'entreprises.

De même, les déterminants réglementaires et politiques ne sont pas assez motivants pour les femmes. En fait, ces déterminants sont perçus par une proportion de femmes (43%) comme relativement motivants. Toutefois, il y a 20% seulement qui annoncent que les déterminants offrent un soutien à la création.

D'autre part, les déterminants culturels semblent influencer 31% des femmes dirigeantes d'entreprises. En outre, plus de la moitié des femmes admettent que les dits déterminants avaient plus ou moins une influence sur le lancement de leurs entreprises.

### 3.2. L'application de l'ACM pour le cas de l'Algérie

Le tableau relatif aux résultats des valeurs propres (tableau 41) fait ressortir que le premier axe factoriel F1 explique 55,9% de l'inertie (l'information totale), tandis que le deuxième axe F2 explique 14,87%. Par conséquent, le premier plan factoriel composé de F1 et F2 ont un pouvoir d'explication de 70% de l'information totale.

**Tableau (41): Valeurs propres et pourcentages d'inertie**

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10
Valeur propre	0,446	0,324	0,290	0,223	0,183	0,151	0,136	0,111	0,093	0,044
Inertie (%)	22,286	16,189	14,497	11,158	9,165	7,552	6,779	5,534	4,660	2,180
% cumulé	22,286	38,475	52,971	64,129	73,295	80,847	87,626	93,160	97,820	100,000
Inertie ajustée	0,094	0,024	0,013	0,001						
Inertie ajustée	55,907	14,187	7,489	0,497						
% cumulé	55,907	70,094	77,584	78,080						

Au seuil de signification de 5%, le tableau relatif aux valeurs-test montre que les modalités : traits de personnalité-3, motivation-2, motivation-3, déterminants économique-1, déterminants économique-3, déterminants politiques-3, déterminants culturels-1 et déterminants culturels-3 sont expliquées par l'axe F1. Alors que, traits de personnalité-1, déterminants économiques-2, déterminants économiques-3 et déterminants culturels-2 sont expliquées par F2.

**Tableau (42): Valeurs test (Variables)**

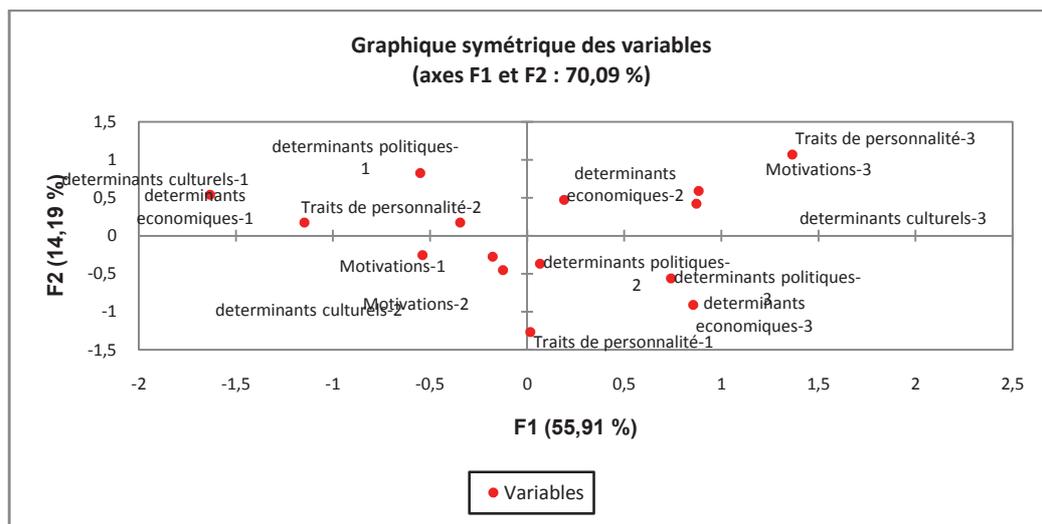
	F1	F2	F3	F4
Traits de personnalité-1	0,043	<b>-3,735</b>	<b>2,519</b>	-1,782
Traits de personnalité-2	-2,489	1,263	<b>-2,769</b>	0,752
Traits de personnalité-3	<b>3,27</b>	<b>2,568</b>	0,825	1,026
Motivations-1	-0,178	-0,274	<b>-3,999</b>	-1,078
Motivations-2	<b>-3,64</b>	-1,711	1,265	0,657
Motivations-3	<b>3,756</b>	1,834	0,154	-0,279
déterminants économiques-1	<b>-3,999</b>	0,603	1,101	1,348
déterminants économiques-2	0,93	<b>2,322</b>	<b>-1,985</b>	<b>-3,313</b>
déterminants économiques-3	<b>2,973</b>	<b>-3,165</b>	1,089	<b>2,307</b>
déterminants politiques-1	-2,225	<b>3,326</b>	1,699	-1,555
déterminants politiques-2	0,317	-1,812	<b>-3,137</b>	<b>3,684</b>
déterminants politiques-3	<b>2,176</b>	-1,648	1,813	<b>-2,634</b>
déterminants culturels-1	<b>-3,44</b>	1,142	1,897	0,813

déterminants culturels-2	-0,8	-2,834	-2,335	-1,926
déterminants culturels-3	3,311	2,219	1,145	1,482

### 3.3. Les graphiques symétriques des variables

Le graphique symétrique des variables relatif au premier plan factoriel fait ressortir plusieurs conclusions :

figure 22: symétriques des variables



1- Sur l'axe F1, il existe une relation inverse entre (motivation-2 et déterminants culturels-1, déterminants économiques-1, déterminants politiques-1) et (motivation-3 et déterminants culturels-3, déterminants politiques-3, déterminants économiques-3, traits de personnalité-3):

Les motivations des femmes créant des entreprises dans le cadre des organismes d'aide à l'emploi sont différentes de celles qui sont créées hors de ces organismes. Les premières manquent de projets prometteurs et innovants. Elles ont créé des entreprises dans l'espoir de sortir du chômage. Les proches et les amis sont moins impliqués dans leurs choix. Tandis que la deuxième catégorie est plus motivante par l'indépendance et l'autonomie financière. Naturellement, les femmes appartenant à cette seconde catégorie trouvent l'environnement très hostile aux affaires.

2- Sur l'axe F2, traits de personnalité-3, déterminants politiques-1 opposent les traits de personnalité-1 et déterminants économiques-3 et déterminants politiques-3.

Les femmes créatrices d'entreprises soutenues par un réseau relationnel fort et un niveau d'aversion au risque faible opposent les femmes qui saisissent des opportunités environnementales et créent des entreprises en dehors du cadre familial.

3- Une relation positive entre :

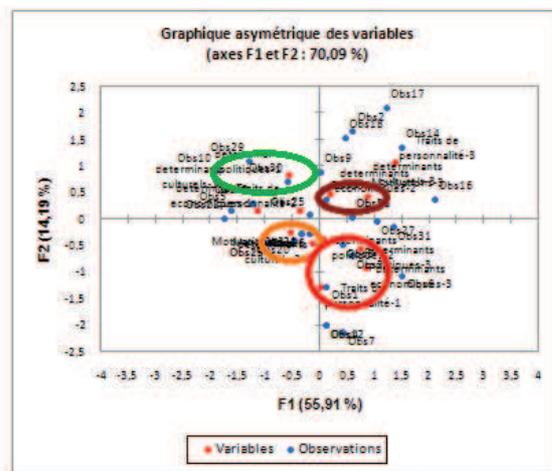
- motivation-1, motivation-2 et déterminants culturel-2:

Les facteurs culturels plus ou moins défavorables à la création correspondent à un niveau de motivation entrepreneuriale moyen des femmes.

- Motivation-3 et déterminants culturels3:

plus les femmes sont accompagnées par des organismes spécialisés, plus elles sont motivées à la création des entreprises.

figure 23: symétries des variables et observations



À partir de la figure 23, nous pouvons dégager 04 catégories de femmes entrepreneurs en Algérie.

La première classe des femmes est caractérisée par une motivation personnelle plus ou moins faible ainsi qu'un impact socioculturel moyen. Ce type d'entrepreneuriat est la création d'entreprise motivée par des nécessités. Ces femmes ont reçu une aide financière et morale auprès de leurs familles. Selon les femmes, les parents et les maris sont qualifiés d'ouverts aux idées d'égalité et ont des comportements positifs à l'égard de la femme entrepreneur.

L'objectif de la famille était d'appuyer un projet de création d'entreprises. Cette classe se rapproche de la catégorie d'*entrepreneures par chance*.

La seconde classe des femmes entrepreneurs est caractérisée par des caractéristiques personnelles très faibles telles que le manque de ressources financières et de connaissances, en plus une aversion forte au risque. En parallèle, cette typologie de femmes avait bénéficié d'un soutien financier et fiscal, elles ont fondé des projets sur la base des dispositifs publics et bénéficié de l'accompagnement durant la création, d'où, les déterminants économiques et réglementaires sont plus au moins favorables pour ces femmes ( soutien de l'ANSEJ et de la CNAC). ainsi, cette classe se rapproche de la catégorie des *entrepreneures informées*.

La troisième classe est associée aux femmes qui se sont évoluées dans des familles d'entrepreneurs. Bien qu'elles soient soutenues pendant leurs démarches entrepreneuriales, ces femmes n'ont pas forcément un niveau intellectuel élevé, et par conséquent, elles manqueraient de compétences. Cette classe se rapproche de la catégorie *des entrepreneurs dynastiques*.

La dernière typologie correspond aux femmes qui possèdent une certaine formation, mais comme elles avaient subi des problèmes durant leur emploi salarié (plafond de verre, discrimination, etc), elles ont dû abandonner ce travail. Ensuite, elles n'ont pas pu décrocher d'autre emploi rémunéré, et se sont ainsi orientées vers l'entrepreneuriat. Cette catégorie ressemble à la catégorie *des entrepreneurs sans alternatives*.

#### 4. Comparaison

Selon le tableau descriptif des données, les femmes marocaines et tunisiennes interviewées ont déclaré que les traits de personnalités n'avaient pas eu de grand impact sur la création de leurs entreprises. Les traits de personnalité ont plus d'influence en Algérie (62%) qu'aux autres pays du Maghreb: le Maroc et la Tunisie successivement 52% et 58%. De même, il faut noter que l'Algérie s'observe le seul pays où certaines femmes (15%) admettent qu'il y a une grande influence des traits. Néanmoins, force est de constater que globalement les traits de personnalité ne sont pas fortement influents dans les trois pays.

Quant aux motivations des femmes entrepreneurs, leur influence est plus forte au Maroc qu'en Algérie et en Tunisie. En effet, 52% des femmes admettent avoir été fortement

## Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb

---

influencées par des motivations entrepreneuriales, contre 33% et 37% en Tunisie et en Algérie successivement. A ce titre, pour les données démographiques (âge, niveau d'étude, situation matrimoniale, etc), H6 s'avère vraie, car le niveau d'influence des facteurs démographiques varie entre les trois pays. De même, l'effet des traits de personnalité varie entre les trois pays : il est fort en Algérie, moyen en Tunisie et faible au Maroc. Par contre, elle est fautive pour les motivations entrepreneuriales, car nous relevons un impact positif dans les trois pays.

Concernant les déterminants économiques, les femmes en Tunisie ont une perception très négative de l'environnement économique. En revanche, nos résultats de l'analyse des données au niveau micro font ressortir que H2 est fautive, il n'y a pas de différences très significatives entre les trois pays. En effet, selon les femmes entrepreneurs, les facteurs économiques sont démotivants à l'activité entrepreneuriale dans tous les pays. La Tunisie est à la recherche encore d'une stabilité politique qui lui garantit une relance de son activité économique et entrepreneuriale. Certainement, en Tunisie, les femmes rencontrent plus de difficultés économiques pour se lancer dans des démarches entrepreneuriales. Les conditions économiques sont beaucoup mieux en Algérie qu'en Tunisie et au Maroc durant la période de notre étude, suite à l'amélioration des cours du pétrole qui ont favorisé le lancement de plusieurs programmes d'aide à la création d'entreprises.

De même, les déterminants réglementaires et politiques freinent les actions d'investissement des femmes porteuses de projets, notamment chez les femmes tunisiennes, puisque selon leurs réponses, 100% des femmes ont choisi l'énoncé "*influence faible des déterminants réglementaires*", et ce, pour l'ensemble des items y relatifs. D'autre part, les femmes entrepreneurs au Maroc éprouvent également un côté négatif des facteurs réglementaires, car 79% d'entre elles estiment que les déterminants en question ont faiblement influencé leur choix de carrière. En effet, nos résultats de l'analyse des données au niveau micro font ressortir que H3 est fautive, il n'y a pas de différences entre les trois pays. En effet, selon les femmes entrepreneurs, les déterminants réglementaires et politiques sont démotivants à l'activité entrepreneuriale dans tous les pays.

Contraire à ce que nous pouvons imaginer des facteurs culturels dans la région du Maghreb, ceux-ci sont plus encourageants à la création des entreprises féminines en Algérie qu'ailleurs. En effet, 31% des femmes entrepreneurs algériennes sont d'accord sur le fait que

## **Chapitre 5 : Les déterminants micros de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb**

---

les déterminants culturels (variables de notre sondage) sont d'une influence forte sur leur choix entrepreneurial, contre seulement 4% en Tunisie et 10% au Maroc. Toutefois, il n'en demeure pas moins que ces déterminants ont globalement une influence moyenne sur la décision entrepreneuriale, selon les femmes entrepreneurs. Ainsi, nos résultats de l'analyse des données au niveau micro font ressortir que H4 est vraie dans la mesure où il y a une légère différence entre les pays. En fait, il est relevé une influence défavorable des déterminants socioculturels sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc et en Tunisie, en revanche, il est signalé une influence plus au moins faible des déterminants socioculturels sur la création des entreprises féminin en Algérie.

### **Conclusion du chapitre:**

Bien que la taille de l'échantillon soit relativement faible, ce travail micro demeure complémentaire dans le sens où il complète l'analyse macro et fournit un élément supplémentaire de comparaison des déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans le territoire Maghrébin.

Selon les résultats, les femmes entrepreneurs en général au Maghreb semblent être plus motivées par des facteurs personnels (la recherche de l'épanouissement personnel, de l'autonomie et de l'indépendance).

En revanche, il est clairement exprimé que les facteurs économiques, réglementaires et socioculturels sont faiblement influents sur la démarche entrepreneuriale de l'échantillon dans les trois pays.

## **Conclusion générale**

### Conclusion générale

Au Maghreb, la sous-représentation n'est pas propre à l'entrepreneuriat des femmes, elle se retrouve également dans le champ de sa recherche. En effet, l'entrepreneuriat féminin reste au Maghreb, un sujet de recherche marginal au regard de la place économique et sociale qu'il pourrait occuper dans la région. L'objet de notre thèse était de tenter de répondre aux questions suivantes : *Quels sont les déterminants qui favorisent ou freinent la création de nouvelles entreprises dirigées par les femmes dans la région du Maghreb? Est-ce qu'ils sont différemment perçus par les trois pays, Algérie, Maroc et Tunisie?*

Pour confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous avons procédé à deux études empiriques : la première au niveau national (macro) et la seconde au niveau individuel (micro).

Concernant la première hypothèse (H1): **Les déterminants de genre influencent positivement l'entrepreneuriat féminin au Maghreb**, nos résultats de l'analyse des données au niveau macro font ressortir qu'elle est vraie. En effet, les déterminants de scolarité des femmes, l'autonomisation des femmes, la fertilité des femmes, et la participation des femmes à la force active s'avèrent des facteurs qui stimulent l'activité entrepreneuriale des femmes. Les résultats de cette étude doivent être interprétés avec prudence. Il peut y avoir des intermédiaires qui ne sont pas contrôlés dans la présente étude et qui sont associés au sexe. Par exemple, les femmes peuvent être impliquées dans la création d'un type spécifique d'entreprises. De plus, des recherches devraient également porter sur l'influence des autres facteurs, comme la taille des entreprises.

Concernant la seconde hypothèse (H2) : **les déterminants économiques dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays**, nos résultats de l'analyse des données au niveau macro font ressortir qu'elle est vraie, car l'influence du facteur du chômage des femmes sur la création des entreprises, est différente entre les trois pays (la corrélation est positive en Tunisie, mais elle est négative en Algérie et au Maroc). Toutefois, l'influence des autres facteurs économiques est analogue à savoir le PIB par habitant (la corrélation est positivement forte) et l'inflation (la corrélation est positivement faible).

En revanche, nos résultats de l'analyse des données au niveau micro font ressortir qu'elle est fautive, il n'y a pas de différences entre les trois pays. En effet, selon les femmes

## Conclusion générale

---

entrepreneurs, les facteurs économiques sont démotivants à l'activité entrepreneuriale dans tous les pays.

Quant à la troisième hypothèse (H3), **les déterminants réglementaires et politiques dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays**, nos résultats de l'analyse des données au niveau macro font ressortir qu'elle est vraie, car l'influence du facteur de fiscalité sur la création des entreprises est différente entre les trois pays (la corrélation est négative en Algérie et au Maroc, mais positive en Tunisie). Toutefois, l'influence des autres facteurs est analogue entre les trois pays à savoir les crédits intérieurs fournis au secteur privé (la corrélation est positive) et les coûts d'entrée (la corrélation est négative).

En revanche, nos résultats de l'analyse des données au niveau micro font ressortir qu'elle est fautive, il n'y a pas de différences entre les trois pays. En effet, selon les femmes entrepreneurs, les déterminants réglementaires et politiques sont démotivants à l'activité entrepreneuriale dans tous les pays.

Pour l'hypothèse (H4), **les déterminants socioculturels dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays**, nos résultats de l'analyse des données au niveau micro font ressortir qu'elle est vraie dans la mesure où il y a une légère différence entre les pays. En fait, il est relevé une influence défavorable des déterminants socioculturels sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc et en Tunisie, en revanche, il est signalé une influence plus au moins faible des déterminants socioculturels sur la création des entreprises féminines en Algérie.

Enfin, l'hypothèse (H5) formulée: **les déterminants technologiques dans le Maghreb influencent l'entrepreneuriat féminin différemment entre les pays** est fautive. En effet, nos résultats de l'analyse des données au niveau macro font ressortir que l'usage du facteur d'internet influence l'entrepreneuriat féminin au Maghreb de façon semblable (la corrélation est positive).

Enfin, l'hypothèse (H6) est intitulée : **les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneurs au Maghreb influencent la création des entreprises différemment entre les pays**. Pour les données démographiques (âge, niveau d'étude, situation matrimoniale, etc), H6 s'avère vraie, car le niveau d'influence des facteurs démographiques varie entre les trois pays. De même, l'effet des traits de personnalité varie entre les trois pays : il est fort en

## Conclusion générale

---

Algérie, moyen en Tunisie et faible au Maroc. Par contre, elle est fautive pour les motivations entrepreneuriales, car nous relevons un impact positif dans les trois pays.

Notre thèse répond ainsi à deux motivations : D'abord, aider le décideur public dans les pays du Maghreb en matière de politique à adopter à l'égard de l'entrepreneuriat féminin. La problématique qui se pose pour les pays du Maghreb consiste à définir les conditions en matière des données fondamentales (niveau de revenus, financement, formation, etc) requises pour améliorer leur attractivité vis-à-vis de la création des entreprises. Pour ce faire, nous disposons des données en panel de 3 pays. L'intérêt que nous portons pour la méthode de l'économétrie des données en panel réside dans le fait qu'elles permettent d'étudier le phénomène d'entrepreneuriat féminin par rapport à ses deux dimensions, à savoir : la dimension absolue et la dimension relative.

Au terme de ce travail, notre analyse économétrique des déterminants macros de l'entrepreneuriat féminin dans les pays en développement se fonde essentiellement sur plusieurs théories: la théorie de Kobeissi (2010), Verheul et al,(2006). En outre, il ressort de notre analyse micro que les variables explicatives et significatives au seuil conventionnel de 5% sont les caractéristiques personnelles (les motivations entrepreneuriales). Tandis que les déterminants économiques, réglementaires et socioculturels n'ont pas d'impact significatif au seuil conventionnel de 5%. Quant à l'étude macro, les variables explicatives et significatives au seuil conventionnel de 5% sont : la scolarité des femmes, l'autonomisation des femmes, la fertilité des femmes, et la participation des femmes à la force de travail.

À cet égard, nous observons à partir des résultats dégagés que les mesures économiques et politiques suivies ces dernières années dans les trois pays du Maghreb n'ont pas du tout conduit au développement de l'entrepreneuriat féminin dans la région. L'insatisfaction à l'égard de la politique économique mène une bonne partie des femmes à abandonner le soutien financier afin d'éviter d'être contrôlée par l'État. La bureaucratie est le plus grand problème auquel les femmes font face, et constitue l'un des problèmes les plus importants rencontrés non seulement dans le démarrage des entreprises des femmes, mais aussi dans leur croissance future.

Nos résultats nous incitent à formuler les recommandations suivantes :

En dépit de l'attention accordée au domaine de l'entrepreneuriat féminin dans les trois pays, peu d'informations sont disponibles concernant les conditions qui entravent ou

## Conclusion générale

---

favorisent l'émergence des femmes entrepreneurs ainsi que la croissance de leurs entreprises.

Il est fortement recommandé de mettre en place un système d'information relatif aux caractéristiques des femmes entrepreneurs dans ces pays (des données démographiques telles que l'âge, le niveau d'étude, la situation matrimoniale, les motivations, etc.) ainsi que les caractéristiques de leurs entreprises (le secteur d'activité, la taille, le nombre d'employés, les marchés desservis, les activités d'exportation, etc.). Spécifiquement, le manque de données ventilées par sexe en matière de propriété d'entreprises en Tunisie rend très difficile l'évaluation de l'état des activités des femmes chefs d'entreprise et limite les efforts consentis sur le plan politique. Il est très souhaitable, voire incontournable de fournir des connaissances susceptibles de combler le manque d'information et de développer des politiques et programmes sensibles à la dimension genre qui traduisent les besoins et les réalités des femmes entrepreneurs.

À ce niveau, les services des statistiques nationales pourraient fournir des données utiles ventilées par sexe provenant des derniers recensements. En général, les informations sur l'entrepreneuriat peuvent être enrichies par la variation de types de femmes entrepreneurs. Par exemple, femmes entrepreneurs à temps partiel et femmes entrepreneurs à temps plein; femmes mariées et célibataires ; femmes entrepreneurs avec et sans enfants; et femmes activant dans les services et femmes activant dans la production ou autres.

En outre, il est important de s'adapter aux changements qui apparaissent dans l'environnement des femmes entrepreneurs. Un des changements les plus transformatifs a été l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC), grâce à l'augmentation considérable de l'accessibilité aux TIC : l'introduction de la téléphonie mobile, l'augmentation et l'amélioration de l'accès à internet, la rapidité de l'adoption des médias sociaux, ainsi que l'apparition de nouvelles opportunités d'affaires dans les TIC. Une amélioration de l'accès et l'utilisation des TIC et technologies de production favorisent la croissance des entreprises dirigées par les femmes entrepreneurs, notamment dans les zones rurales.

Pour améliorer l'attractivité vis-à-vis de l'entrepreneuriat féminin, les pays du Maghreb devraient améliorer le niveau et la qualité de scolarité des femmes. La richesse des nations réside dans leur capital humain. La compétence humaine est une ressource stratégique qui constitue un avantage pour les femmes de pérenniser leurs entreprises et permet ainsi d'améliorer l'attractivité vis-à-vis de l'entrepreneuriat féminin. Il faut noter que la relation

## Conclusion générale

---

entre l'éducation et l'entrepreneuriat pourrait ne pas être directe, dans le sens où une meilleure éducation améliore également la probabilité de participation à la population active féminine (Psacharopoulos et Tzannatos, 1989). Ce dernier influe positivement très souvent sur les activités entrepreneuriales des femmes (il a été démontré dans notre travail). De même, Kobeissi (2010) a démontré l'existence d'une relation positive entre l'éducation et l'entrepreneuriat féminin aussi bien dans les pays développés que dans les pays en voie de développement. Aussi, les auteurs Jiménez et al. (2015) témoignent que l'enseignement secondaire booste l'activité entrepreneuriale à travers la réduction du risque perçu, le renforcement du capital humain et l'acquisition de plus d'auto-confiance. À ce niveau, les femmes entrepreneurs maghrébines trouvent relativement dans l'éducation un espace de développement de connaissances qui leur permettent de se lancer probablement dans une démarche entrepreneuriale. Par exemple, dans les pays en voie de développement comme dans notre région maghrébine, l'investissement dans les infrastructures d'économie de temps, comme les routes, le transport, l'eau, et l'énergie améliore l'accès aux écoles, et réduit le temps consacré aux responsabilités familiales, et par conséquent, il libère du temps pour aller à l'école et participer à des activités productives.

Le faible taux de participation des femmes au marché du travail peut être lié aux valeurs sociales et culturelles ainsi qu'aux préjugés sexistes constituant une discrimination à l'embauche des femmes, surtout dans le secteur privé. Si les femmes ne bénéficient pas du même accès au marché du travail, elles seront désavantagées au niveau de l'acquisition d'un savoir-faire et d'une expérience professionnelle ainsi qu'au niveau de la construction d'un réseau de contacts qui leur sera bénéfique si elles deviennent entrepreneures. Par conséquent, les pays du Maghreb caractérisés par un taux faible de participation des femmes au marché du travail poursuivent à avoir un plus petit vivier des potentiels entrepreneuriaux.

De plus, l'environnement macroéconomique dans lequel elles opèrent ne favorise pas toujours adéquatement leur participation comme contributrices essentielles à l'économie. Cette situation est exacerbée par la faiblesse des liens existants entre les politiques d'égalité des sexes et les politiques relatives à l'environnement macroéconomique et professionnel. Le résultat est alors un manque global de cohérence pour le soutien à l'autonomisation économique et à la participation des femmes. Plus de femmes doivent être encouragées à devenir entrepreneurs grâce aux programmes de soutien à l'accès aux financements, aux services de soutien au développement des entreprises, aux marchés et technologies. Favoriser un environnement de soutien aux femmes entrepreneurs peut contribuer à l'augmentation de

## Conclusion générale

---

la compétitivité et au développement du secteur privé dans le Maghreb. Augmenter le niveau de participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale aurait de multiples impacts, comme par exemple un niveau de croissance économique plus élevé, un secteur privé plus étendu, la création d'emplois, la réduction de la pauvreté et l'autonomisation économique des femmes. Les faits montrent que la croissance du nombre de femmes entrepreneurs tend à être plus élevée dans les pays où des politiques de soutien ciblées sont en place. Ainsi, dans les pays où des approches ciblées ont été minimales, le taux de croissance est moins élevé Stevenson and Lundström (2002).

Le contexte opérationnel de l'entrepreneuriat féminin est constitué de plusieurs acteurs, processus et arrangements institutionnels comprenant notamment le gouvernement, le système politique ou juridique qui prévaut dans le pays, les autorités de réglementation, les systèmes bancaires et de crédit, les institutions éducatives, les bailleurs de fonds, les associations d'employeurs, de travailleurs et de femmes entrepreneurs, et les agents de développement économique et industriels locaux. Dans cet environnement, il y a de nombreuses « lacunes », qui comprennent celles du marché, du gouvernement, de l'éducation ainsi que des défaillances systémiques qui ont un effet négatif sur la croissance des entreprises féminines. Afin de libérer le potentiel des entreprises de femmes, il est important d'analyser où surviennent ces lacunes et de prendre des mesures pour y remédier. Par exemple, le manque d'accès aux financements peut être lié à la faiblesse des droits à la propriété (étant donné que la propriété est un type important de garantie). Aussi, les lois et réglementations relatives à l'autonomisation économique des femmes qui sont en vigueur dans le pays ont le potentiel d'avoir un impact important sur la capacité des femmes à démarrer et développer des entreprises viables. Par exemple, une étude de la Banque Mondiale montre que le pourcentage de femmes propriétaires d'entreprises formelles a tendance à augmenter proportionnellement avec l'égalité juridique (IFC, 2011).

Au terme de ce travail, il paraît nécessaire de faire un bilan critique de notre thèse. Notre analyse s'est bornée aux déterminants macros et micros des femmes entrepreneurs en occultant ainsi les déterminants méso.

En fin, les voies de recherches ultérieures dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin peuvent concerner par exemple les axes suivants :

- La contribution de l'entrepreneuriat féminin à l'émergence de nouveaux métiers ;
- L'émancipation de la femme maghrébine par la création d'entreprise ;

# **Bibliographie**

## BIBLIOGRAPHIE

- Abedou,A.,Bouyakoub,A.K H, (2013), "*l'entrepreneuriat en Algérie 2011*", Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Données de l'enquête GEM 2011, Algérie.
- Acs, Z. J. and D. B. Audretsch (1988), "*Innovation in large and small firms: an empirical analysis*", American Economic Review 78: 678-690.
- Acs, Z. J.; Arenius, P.; Hay, M.; Minniti, M. (2004). "*Global entrepreneurship monitor*": (2004) executive report. Babson Park MA: Babson College and London UK: London Business School.
- Acs, Z. J. (2006), "*How is entrepreneurship good for economic growth?*", Innovations 1(1): 97-107.
- AFEM (2010), "*Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb*", Etude N° 23, Septembre 2010, Invest Med. Maroc.
- Ahl, H.J., (2002), "*The making of the female entrepreneur, A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*", JIBS Dissertation Series 015, Jönköping University.
- Akhouri, M. M. P. and S. P. Mishra. (1990). "*Entrepreneurship Education: A Conceptual Base, Approach and Methodology*", *Indian Management*, XXIX-11 (November-December): 48-59.
- Aidis, R., F. Welter, D. Smallbone & N. Isakova (2007), "*Female Entrepreneurship in Transition Economies: The Case of Lithuania and Ukraine*". *Feminist Economics*, 13 (2), 157-183.
- Almobaireek,W, ManolovaT, (2013),"*Entrepreneurship motivations among female university youth in Saudi Arabia*". *Journal of Business Economics and Management* 14:sup1,S56-75.
- Aldrich, H. E., N. Carter, and M. Ruef (2002), '*With very little help from their friends: Gender and relational composition of nascent entrepreneurs' startup teams*'. In: William D. Bygrave et al. (ed.): *Frontiers of Entrepreneurship Research 2002*. Babson Park, MA: Babson College.
- Aldrich,H.E,(1990),"*Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates*" *Entrepreneurship: Theory and Practice* Vol. 13 Iss. 3 (1990) p. 7 - 24.
- Al-Omar, F and M Abdel-Haq (1996). "*Islamic Banking: Theory, Practice and Challenge*", Karachi: Oxford University Press.
- Allen, E., Elam, A., Langowitz, N., & Dean, M. (2008),Report on Women and Entrepreneurship Global Entrepreneurship Monitor.
- Antonic , B. et Hisrich R.D (2001). « *Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation*», *Journal of Business Venturing*, vol. 16, no 5, p. 495-527.
- Aouni. Z et Surlemont. B (2007), « *Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive* », Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke.
- APII,(2016), "*Ecosysteme de l'entrepreneuriat en Tunisie*", Revue de le courrier de l'industrie n°131/132 Mai 2016, Tunis.
- Arenius, P. , Minniti, M. (2005), "*Perceptual variables and nascent entrepreneurship*", *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Audet, J. (2001), "*Une étude des aspirations entrepreneuriales d'étudiants universitaire québécois : seront-ils des entrepreneurs demains ?* ", Cahier de recherche de l'Université du Québec à Trois-Rivières, Département de la science et de la gestion de l'économie, CR-01-13.
- BAD, (2012),"*Tunisie: défis économiques et sociaux : Post - révolution*", Banque de Développement Africaine, Tunisie.
- Barringer, B, R. Ireland .R. D, (2012),"*Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*" PEARSON,4ieme edition, USA.

- Baughn, C., Chua, B.L. and Neupert, K. (2006), "The *normative context for women's participation in entrepreneurship: a multi-country study*", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 30 No. 5, pp. 687-708.
- Baccari E. (2006), "*Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens :Etude exploratoire*", 8è congrès international francophone en entrepreneuriat et pme, HEG Fribourg, Suisse.
- Baccari. E.(2014),"*Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire*", 8 ième CIFEPME,Octobre 2006,Fribourg, Suisse.
- Baudelot,C., Establet,R. (2013), « 12. Écoles : égalité et inégalités à l'échelle du monde », in Margaret Maruani, *Travail et genre dans le monde, La Découverte « Hors collection Sciences Humaines »*, p. 117-129.
- Baumol, W.J. (1990). "*Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive*", *Journal of Political Economy*, 98, 893-921.
- Baughn, C., Chua, B.L. and Neupert, K. (2006), "*The normative context for women's participation in entrepreneurship: a multi-country study*", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 30 No. 5, pp. 687-708.
- Basso.O (2001), guide pratique du nouveau créateur de Star-up, édition d'organisation, Paris.
- Bedidi, Z.O, Vallin, J., Bouchoucha , I. (2012), « La fécondité au Maghreb: nouvelle surprise », *Population et Sociétés*, bulletin mensuel d'information de l'Institut national d'études démographiques , numéro 486.
- Benhabib, A., Merabet, A., Benachenhou, M.,Grari, Y., Boudia, F., & Merabet, H., (2014)."*Environmental and Individual Determinants of Female Entrepreneurship in Algeria: Applying the Structural Equation Modeling*", *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 2(1), 65-80.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A. and Levine, R. (2003)," *Small and Medium Enterprises, Growth, and Poverty: Cross-Country Evidence*". World Bank Policy Research Working Paper 3178.December.
- Bellanca,S Colot, O.(2014), « *Motivations et typologie d'entrepreneurs. une étude empirique belge* », *La Revue des Sciences de Gestion* 2014/2 (N° 266), p. 63-74.
- Bird, B., Brush, C. (2002), « A gendered perspective on organizational creation », *Entrep Theory Pract*, 26 (3): 41–66.
- Black, D., Kolesnikova , N., Taylor, L. (2014), « Why do so few women work in New York ( and so many in Minneapolis) ? » Labor supply of married women across US cities , *Journal of Urban Economics* ,79 , 59–71.
- Blanchflower, D. G. (2004), « Self-employment: More may not be better », *Swedish Economic Policy Review* ,11, 15–74.
- Bosma, N.S., W.S. Zwinkels and M.A. Carree, (1999), "*Determinanten voor toe- en uittreding van ondernemers: een analyse van de ontwikkelingen in Nederland over de periode 1987- 1997*", Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- Borooah, V.K. and M. Hart, (1999), "*Factors affecting self-employment among Indian and black Caribbean men in Britain*", *Small Business Economics* 13 (2), 111-129.
- Bouzina-Oufriha, F.Z, (2016), *L'émergence des femmes Algériennes dans la sphère économique*, Houma éditions, Alger, P28.
- Bowen, H.P. , De Clercq, D., (2008). "*Institutional context and the allocation of entrepreneurial effort*", *Journal of International Business Studies*, 39(4), 747–767.

- Bruce, D., Mohsin, M. (2006), « *Tax Policy and Entrepreneurship: New Time Series Evidence* », Small Business Economics, Vol. 26, pp. 409-425.
- Bruni, A, S Gheradi and B Poggio (2004). "Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs". Journal of Organizational Change Management, 17(3), 256–268.
- Bruin, A. de; Brush, C. & Welter, F. (2007), "Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship", Entrepreneurship theory and practice, 31(3), pp.323-339.
- Bruno, A.V. , Tyebjee, T.T, (1982). "The Environment for Entrepreneurship". In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), Encyclopedia of Entrepreneurship (pp. 288-315). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Brush, C.G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(4):5–30.
- Brush, C.G. (2006), « *Women entrepreneurs: A research overview* », The Oxford handbook of entrepreneurship, eds., M. Casson, B. Yeung, A. Basu, and N. Wadeson, 611-28. Oxford: Oxford University Press.
- Busentiz L.W., Gomez C., Spencer J.W. (2000), "Country institutional profiles: unlocking entrepreneurial phenomena" Academy of Management Journal, vol. 4, n°5, p. 994-1003.
- Bygrave W.D. et C.W. Hofer (1991), "Theorizing about entrepreneurship", Entrepreneurship Theory and Practice, Winter, p. 13-22
- Bull, I, and Gary E. W(1993). "Towards a Theory of Entrepreneurship." *Journal of Business Venturing* 8, no. 3 (1993).
- Carree, M. A., van Stel, A. J., Thurik, A. R., & Wennekers, A. R. M. (2002). "Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 OECD Countries in the period 1976–1996". Small Business Economics, 19(3), 271–290.
- Carrier, C.; Julien, P.A.; Menvielle, W. (2006). « *Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années* », Gestion, Vol. 31, N° 2, p.36-50.
- Camille Carrier(2007), « *La recherche créative d'opportunités d'affaires : compétence négligée des organismes québécois d'accompagnement à l'entrepreneuriat?* », 5 congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Canada.
- Carter S., Anderson S. et Shaw E. (2001), "Women's business ownership : a review of the academic, popular and internet literature", Report to the Small Business Service, Royaume-Uni.
- Carr, D. (1996). "Two paths to self-employment? Women's and men's self-employment in the United States", 1980. *Work and Occupations*, 23, 26–53.
- Carter, N. M., W. B. Gartner, K. G. Shaver and E. J. Gatewood. 2003. 'The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs', *Journal of Business Venturing*, 18(1): 13–39.
- Chamlee-Wright, E. (1997), *The Cultural Foundations of Economic Development*. London and New York: Routledge.
- Cristia, J. (2008). The effect of a first child on female labor supply: Evidence from women seeking fertility service. *Journal of Human Resources*, 43(3), 487–510.
- Carsrud A, Brännback, M.(2007), "Entrepreneurship", West Port CT: Greenwood publishing.USA.
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*, Totowa, N.J. Barnes & N. Books.
- Casson, M., 1995, *Entrepreneurship and Business Culture; Studies in the Economics of Trust, vol.1*, Cheltenham (U.K.): Edward Elgar Publishing.
- Castro, M. S., & Pisani, M. J. (2013). "An Initial Review of the Characteristics and Determinants of Female Entrepreneurs in Puerto Rico". *Ad-minister Revista de la Escuela de Administración*, 23.

- Chamlou N. (2008), "L'environnement des femmes entrepreneurs dans la région MENA", revue Afkar / Idées . n. 17, parue le : 01/04/2008 , p. 74-80.
- Chabaud, D. , Lebegue, T. (2013). « Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives », Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme, N° 7, p.43-60.
- Clark, K. and S. Drinkwater, 2000, Pushed out or pulled in? Self-employment among ethnic minorities in England and Wales, *Labour Economics* 7, 603-628.
- Chabaud D, Messeghem K, (2010) « Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation», *Revue française de gestion* 7/2010 (n° 206) , p. 93-112
- Champeyrache C. (2005), L'Infiltration mafieuse dans l'économie légale, L'Harmattan, Paris
- Coleman, S. (2007), 'The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms'. *Journal of Small Business Management* 45(3), 303–319.
- CJD et PAAP,(2009),"Réalisation d'une étude de marché sur l'entrepreneuriat au Maroc "Rapport de Synthèse, Maroc.
- Corbetta,G., Huse,M., Ravasi,D (2004), A conversation across disciplinary boundaries. in *Crossroads of Entrepreneurship.*, Vol. , p. 1-12, 2004.
- Cuervo G, A. (2005). "Individual and environmental determinants of entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 1, n° 3, Septiembre, pp. 293-311
- Daily, C., Certo, S., and Dalton, D. (1999) "Entrepreneurial ventures as an avenue to the top? Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc.100," *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4(1): 19–34.
- Daval, H. (1999), « Conceptualisation et Modélisation de l'Essaimage », Actes du premier congrès de l'Entrepreneuriat, pp. 106-123.
- Djankov.S La Porta.R Silanes F,Shleifer,A (2002), "*The Regulation of Entry*," *The Quarterly Journal of Economics*, Oxford University Press, vol. 117(1), pages 1-37.
- Davidsson P., Lindmark L. and Olofsson C. (1994)," *New firm formation and regional development in Sweden*", *Reg. Studies* 28, 395–410.
- Dechant, K., & Al Lamky, A. (2005). "*Toward an understanding of Arab women entrepreneurs in Bahrain and Oman*". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10(2), 123–140.
- Delmar, F., Davidsson , P. (2000), « Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs », *Entrepreneurship & Regional Development* ,12, 1–203.
- Deschamps B et Barbot (2007), « *Reprises d'entreprise saine ou en difficultés*» : l'accompagnement des repreneurs, 5 congrès international de l'académie d'entrepreneuriat.
- De Tienne, D., Chandler ,G.(2004), « Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test », *Academy of Management Learning & Education*, 3: 242–257.
- DiMaggio, P. 1988 "*Interest and agency in institutional theory*". In *Institutional patterns and culture*, L. Zucker (ed.), Cambridge, MA: Ballinger Publishing Company: 3- 22.
- Douglas, E and Shepherd, D (2002) ,"*Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization*" . *Entrepreneurial Theory and Practice* 26(3):pp. 81-90.
- Drine .I, Grach M(2010). "*Supporting Women Entrepreneurs in Tunisia*", United Nations University, Working Paper No. 2010/100.
- Dunn, T. A., & Holtz-Eakin, D. (2000). "Financial capital, human capital, and the transition to self-employment: Evidence from intergenerational links". *Journal of Labor Economics*, 18(2), 282–305.

- EIM/ENSR, (1993), *"The European Observatory for SMEs": first annual report*, Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- EIM/ENSR, (1996), *"The European Observatory for SMEs": fourth annual report*, Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- EIM/ENSR, (1997), *The European Observatory for SMEs: fifth annual report*, Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
- El ouazzani, K (2016), «La dynamique entrepreneuriale au Maroc 2015», Global Entrepreneurship Monitor, Rapport du Maroc 2015.
- Evans, D. and L. Leighton (1989), 'Some empirical aspects of entrepreneurship'. *American Economic Review* 79, 519–535.
- Ellis, S. et Fauré, Y.A., (1995), *Entreprises et entrepreneurs africains*, Paris : Éditions Karthala et Ostom.
- Fayolle A,(2012), *"entrepreneuriat: apprendre à entreprendre"*, Dunod, 2e édition,Paris
- Fernandez D,B ; Scotto M-J et Fischer B (2014), «*Entreprendre en France ? Les motivations des femmes* » IPAG Business school, working paper.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). "Belief, Attitude, Intentions and Behaviour: An Introduction to Theory and Research". Reading, MA: Addison-Wesley.
- Filion.L, Borges.S, Simard.G. (2008) .Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes.8 congrès de l'entrepreneuriat . 9e CIFEPME / Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Louvain, Belgique, 28-31 octobre .
- Filion, L.J. et H. Akizawa (2012)," *La méthode biographique. Approche structurante pour l'étude des représentations entrepreneuriales. La cognition entrepreneuriale – Méthodes de recherche*". *Revue internationale de psychosociologie et de comportement organisationnel*. Année XVIII, n° 44 - Printemps 2012, pp. 117-146. Publié aussi sous forme de livre : Paris : Éditions ESKA.
- Fischer, E.M., Reuber, A.R., & Dyke, L.S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 152-168.
- Fischer, R. (2006). Congruence and functions of personal and cultural values: Do my values reflect my culture's values? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(11): 1419–1431.
- FHIMA F (2010) "Accès au crédit et promotion des PME en Tunisie", thèse de doctorat, université Paris 12.
- Filion.L, Borges.S, Simard.G. (2008) ."Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes".8 congrès de l'entrepreneuriat . 9e CIFEPME / Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Louvain, Belgique, 28-31 octobre .
- Friederike,W. Smallbone,D Isakova, N., Aculai,E., Schakirova.N (2004). "Women Entrepreneurs in the Ukraine, Republic of Moldova and Uzbekistan: Results of a Comparative Study," in UNECE, eds. *Access to Financing and ICT: Women Entrepreneurs in the ECE Region*. pp. 39 – 52. Geneva: United Nations.
- Gartner, W.B., (1993), Words Lead to Deeds: Towards an Organizational Emergence Vocabulary, *Journal of Business Venturing*, 8, 231-239.
- Gartner, W.B. (1988). Who is an entrepreneur?. Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gartner, William B. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" is the Wrong Question.", *Entrepreneurship Theory & Practice* 13 (4), 47-68
- Gnyawali, D., Fogel, D. (1994),« Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications», *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(4), 43-62.
- Giannetti, Mariassunta and Simonov, Andrei, (2004)."On the Determinants of Entrepreneurial Activity: Individual Characteristics, Economic Environment, and Social Norms
- Glaeser, Edward, Hedi Kallal, José Scheinkman, and Andrei Shleifer, —Growth in Cities!, *Journal of Political Economy* 100:6 (1992), 1126-1152.

- GEM (2010) « Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor -GEM MOAN(Moyen Orient et Afrique du Nord) », Canada, Décembre 2010, www.gemconsortium.org.
- Gnyawali, D. (1991). "Promoting small businesses through entrepreneurship development". Washington, DC: The World Bank, Asia Technical Department.
- Greene P. G., Hart M. M., Gatewood E. J., Brush C. G. et Carter N. M. (2003), « Women entrepreneurs : Moving front and center : An overview of research and theory », Coleman White Paper Series, Vol. 3, pp. 1-47.
- Greene, P. G., C. G. Brush, and E. Gatewood (2006), 'Perspectives on women entrepreneurs: Past findings and new directions in entrepreneurship'. In: M. Minniti (ed.): The Engine of Growth — Volume 1 — Perspective Series. Praeger Publisher — Greenwood Publishing Group.
- Greer, M.J. & Greene, P.G. (2003). Feminist theory and the study of entrepreneurship. In J.E. Butler (Ed.), *New perspectives on women entrepreneurs* (pp. 1-24). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Gurmeet Singh Rakesh Belwal, (2008),"Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia", *Gender in Management:An International Journal*, Vol. 23 Iss 2 pp. 120 - 136
- Hattab , H. (2012) , « Towards understanding female entrepreneurship in Middle Eastern and North African countries : a cross- country comparison of female entrepreneurship » , *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 5 No. 3, pp. 171-186.
- Hausman, J. A . , (1978), « Specification Tests in Econometrics » , *Econometrica* , Vol. 46, N° 6, p 1251-1271.
- Honig, B.(2004), «Entrepreneurship education : Toward a model of contingency-based business planning », *Academy of Management Learning and Education*, 3 (3): 258–273.
- Hosken , Fran P. (1994), « The Hosken Report : Genital and Sexual Mutilation of Females » , 4th rev. ed. Lexington, Mass. Women's International Network News : 20(4):12
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. 2002. National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4): 33–52.
- Hernandez E., M., Marco L., *Entrepreneur et décision – De l'intention à l'acte*, Paris, Editions Eska, 2006.
- Henriquez, C. Verheul, I. Van Der Knaap, I. and Bischoff, C. [2001]. "Determinants of Entrepreneurship in France: Policies, Institutions and Culture". *ISSN 01-04,Institute for Development Strategies*.
- Himrane (2012)," l'effet des organisme d'accompagnement sur l'apprentissage entrepreneuriale des porteurs de projets", mémoire de Magister ESC.
- Hisrich R. D, Brush, C. (1983),“*The Woman Entrepreneur: Implications of Family Educational, and Occupational Experience*,” in *Frontiers of Entrepreneurial Research*, eds.J. A. Hornaday, J. A. Timmons, and K. H. Vesper (Boston, MA: Babson College, 1983), 255–270.
- Horrell, S. and Krishnan, P. (2007)," Poverty and productivity in female-headed households in Zimbabwe". *Journal of Development Studies* 43(8): 1351–1380.
- Hosken , Fran P. (1994), « The Hosken Report : Genital and Sexual Mutilation of Females » , 4th rev. ed. Lexington, Mass. Women's International Network News : 20(4):12
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta,V. (2004). "*Culture, leadership and organizations*": The GLOBE study of 62 societies. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2002). *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*. Oxford: Blackwell Publishing.
- IFC (2011). *Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries*.
- ILO (2016), « World Employment and Social Outlook: Trends 2016 report », International Labour Office, (Geneva).

- Jamali, D . (2009) "Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective", *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 24 Iss: 4, pp.232 - 251
- Jackman, R. W., & Miller, R. A. (1998). "Social capital and politics". *Annual Review of Political Science*, 1(1): 47–73.
- Jennings, J. E. and M. McDougald (2007), 'Work-family interface experiences and coping strategies implications for entrepreneurship research and practice'. *The Academy of Management Review* 32(3),747–760.
- Jiménez, A., Palmero - Cámara, C., González-Santos, M. J., González-Bernal, J., & Jiménez-Eguizábal, J. A. (2015), « The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship», *BRQ Business Research Quarterly*, 18(3), 204-212.
- Jovanovic, B., 1993, The diversification of production, *Brookings Papers: Microeconomics*, 197-235.
- Kabbaj, N (2014),"L'entrepreneuriat au féminin au maroc", la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, 15 septembre - 15 octobre 2014 - Conjoncture N° 962 - 3
- Kaplan, E. (1988), 'Women entrepreneurs: Constructing a framework to examine venture success and failure'. In: B. A. Kirchoff, W. A.Long, W. Ed McMullan, K. H. Vesper, and W. E. Wetzel, Jr. (eds.): *Frontiers of Entrepreneurial Research*. Boston, MA: Babson College, pp. 643–653.
- Kitching, B., and A. Woldie (2004). 'Female Entrepreneurs in Transitional Economies: A Comparative Study of Businesswomen in Nigeria and China'. Paper presented at the Hawaii International Conference on Business, 21-24 June. Honolulu.
- Kobeissi, N. (2010) , « Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications », *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 8 Issue1, p.1-35.
- Kostova, T. (1997), "Country Institutional Profiles: Concept and measurement", *Academy of management Proceeding*, p. 180-184.
- Kwon, S-W. , Arenius P, (2010). "Nations of entrepreneurs: A social capital perspective." *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Kyrö,p.(2009),"gender lenses identify different waves and ways of understanding women entrepreneurship". *Journal of entreprising culture*,17(4),393-418.
- Lambrecht J., Pirnay, F., Amedodji, P., Aouni, Z. (2003), *Entrepreneuriat Féminin en Wallonie*, Centre de Recherche PME et Entrepreneuriat – Université de Liège et Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL.
- Lévesque, M., Minniti, M., (2006),"The effect of aging on entrepreneurial behavior". *Journal of Business Venturing* 21 (2), 177–194.
- Luke, N. and Munshi, K. (2010), "Women as agents of change: Female income and mobility in India". *Journal of Development Economics*, 94(1):1-17.
- Landström H. (2005), "*Pioneers in entrepreneurship and small business research*". New York: Springer.
- Lindh, T. & Ohlsson, H., 1995. "Self-Employment and Self-Financing," Papers 1995-01, Uppsala - Working Paper Series.
- Loveman, G. and W. Sengenberger. [1991]. "The Re-emergence of Small-Scale Production: An International Comparison". *Small Business Economics*. Vol 3 (1); p. 1-37.
- Low, M.B. and MacMillan, I.C. (1988) 'Entrepreneurship: past research and future challenges', *Journal of Management*, Vol. 14, No. 2, pp.139–161.
- Low .S. A, (2009),"Defining and measuring entrepreneurship for regional research: a new approach", Dissertation Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Agricultural and Consumer Economics in the Graduate College of the University of Illinois at Urbana-Champaign, 2009
- Léna Saleh (2011) « l'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban» thèse de doctorat ès nouveau régime science de gestion de l'université Nancy, pp 30-56

- Mallon, M. and L. Cohen (2001), 'Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to selfemployment'. *British Journal of Management* 12(3), 217.
- Marcotte, C (2013) Measuring entrepreneurship at the country level: A review and research agenda, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 25:3-4, 174-194.
- McMullen, J.S., Ray Bagby, D., Palich, L.E., (2008). "Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action". *Entrep. Theory Practice*, 875---895.
- Meek, W., Pacheco, D. & York, J<sup>+</sup>. (2010). "The Impact of Social Norms on Entrepreneurial Action: Evidence From the Environmental Entrepreneurship Context". *Journal of Business Venturing*, 25, 493-509.
- Martinez.G, M, 2002. "Self-Employment and Labour Market Transitions: A Multiple State Model," CEPR Discussion Papers3661, C.E.P.R. Discussion Papers.
- Martinelli A. (2004), "The social and institutional context of entrepreneurship". in *Crossroads of Entrepreneurship.*, Vol. , p. 53-73, 2004.
- Manolova, T., C. G. Brush, and L. F. Edelman (2008), 'What do women entrepreneurs want?'. *Strategic Change* 17(3/4), 69–72.
- Mattis, M.C, (2000), "Women Entrepreneurs in the United States", in Davidson M.J., Burke R.J.(dir), *Women in Management: Current Research Issues*, Sage, pp.53-68.
- McClelland D., *The achieving society*, Princeton, Van Nostrand, 1961.
- Messeghem K. et Sammut S., *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 31
- Mungai, E. N., Ogot, M. (2012). "Gender, culture and entrepreneurship in Kenya". *International Business Research*, 5(5), p175.
- Minniti, M.; Arenius, P.; Langowitz, N. 2004. *Global entrepreneurship monitor: 2004 report of women and entrepreneurship*. Wellesley MA: The Center for Women's Leadership at Babson College.
- Minniti, M. and C. Nardone (2006), 'Being in someone else's shoes: Gender and nascent entrepreneurship'. *Small Business Economics* 28(2-3), 223–239.
- Minniti, M. (2009) « Gender issues in entrepreneurship», *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(7–8): 497–621.
- Minniti, M., Naudé,W.(2010),"What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries?", *The European Journal of Development Research*, 22, 277-293.
- Miller D. et Friesen P.H., "Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms : Two Models of Strategic Momentum", *Strategic Management Journal*, vol. 3, n° 1, 1983, p. 1-25.
- Mujahid, N., Zafar, N. (2013), « Economic Growth-Female Labour Force Participation Nexus: An Empirical Evidence for Pakistan », *Pakistan Development Review*, 51(4),565- 586.
- Naude´ , W.A. (2010) *Entrepreneurship, developing countries and development economics: New approaches and insights*. *Small Business Economics Journal* 34(1): 1–12.
- Naser, K,W Rashid and R Nuseibeh (2009). Factors that affect women entrepreneurs: Evidence from an emerging economy. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 225–247.
- Noseleit, F. (2014). "Female self-employment and children. *Small Business Economics*, 43, 549–569.
- Novelli Hervé (2009), *l'express le figaro* Février - Décembre2009 – édition spéciale. page 03.

- Noorderhaven N., Thurik R., Wennekers S. et Van Stel A. (2004), the Role of Dissatisfaction and per Capita Income in Explaining Self-Employment across 15 European countries, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 28 (5), p. 447-466.
- North, D.C., 1994, Economic performance through time, *The American Economic Review* 84 (3), 359-368
- Noseleit, F.(2014), « Female self-employment and children ». *Small Business Economics*, 43, 549–569.
- Ravasi, D. (eds.), *Crossroad to Entrepreneurship*, Dordrecht: Kluwer.
- Orhan M , Scott Don, (2001) "Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model", *Women in Management Review*, Vol. 16 Iss: 5, pp.232 - 247
- OECD, (1996), "SMEs: Employment, Innovation and Growth": The Washington Workshop, Paris: OECD
- OECD (2013) , « Gender inequality and entrepreneurship in the Middle East and North Africa: A statistical portrait », OECD - MENA Investment Programme.
- OCDE (2014), « Les femmes et l'entreprise 2014: Accélérer le développement de l'entreprenariat dans la région Afrique du Nord et Moyen - Orient », Editions OCDE .
- Ohlsson, H. & Agell, J. & Lindh, T., 1995. "Growth and the Public Sector: A Critical Review Essay," Papers 1995-09, Uppsala - Working Paper Series.
- Patrick,C., Stephens,H., Weinstein, A. (2016) « Where are all the self-employed women? Push and pull factors influencing female labor market decisions », *Small Business Economics* 46365-390.
- Phillips, B. D. (1993). The growth of small firm jobs by state, 1984-1988. *Business Economics*, April, 48-53.
- Pellegrino, E. T. and B. L. Reece (1982), 'Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms'. *Journal of Small Business Management* 20(2), 15–25.
- Pierre-André Julien, Frédéric Laurin, Martin Morin (2014),"La mesure de l'entrepreneuriat dans les petites régions. Une première approximation culturelle. CIFEPME 2014 Agadir,Maroc.
- Psacharopoulous , G., & Tzannatos , Z. (1989). *Female Labor Force Participation: An International Perspective*. The International Bank for Reconstruction and Development - The World Bank.
- Reynolds, P., Hay, M., Camp, S.M., (1999). "Global Entrepreneurship Monitor": 1999 Executive Report.
- Reynolds, P. D.; Camp, S. M.; Bygrave, W. D.; Autio, E.; Hay, M. (2002). "Global entrepreneurship monitor: 2001 executive report". Babson Park/London: Babson College and London Business School.
- Richard T. Harrison, Claire Leitch (2008). "Entrepreneurial learning: conceptual frameworks and applications",routledge, Oxon ,(p:
- Rocca, G and Cattaneo, R and Dematte, C and Cuneo, G and Minoli, F, A(2004) , *Roundtable of Practitioners' Point of View of Entrepreneurship*. in *Crossroads of Entrepreneurship*., Vol. , p. 263-272, 2004.
- Roomi MA, Parrott G (2008) Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *J Entrep* 17(1):59–72
- Rosti, Luisa, and Francesco Chelli. (2005). "Gender Discrimination, Entrepreneurial Talent and Selfemployment." *Small Business Economics* 24:131 –42.
- Segal, G, D Borgia and J Schoenfeld (2005). "The motivation to become an entrepreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 11(1), 42–57.
- Smallbone, D. & F. Welter (2012), "Cross border entrepreneurship", *Entrepreneurship & Regional Development*, 24 (3-4), 95-104.

- Smallbone, D & Wyer, P 2000, 'Growth and development in the small firm', in Carter, S and Evans, JD (eds.), Enterprise and small business: Principles, practice and policy, Addison Wesley, pp. 409-433.
- Salman, N., El Abboubi , M., Henda , S.(2011)«Les femmes chefs d'entreprise au Maroc», 11ème Congrès International francophone en Entrepreneuriat et PME.
- Sadi, M. A.; Al-Ghazali, B. M. (2010). "Doing business with impudence: a focus on women entrepreneurship in Saudi Arabia", African Journal of Business Management 4(1): 1–11.
- Sapienza, P., Zingales, L., & Maestriperieri, D. (2009). "Gender differences in financial risk aversion and career choices are affected by testosterone". Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 106(36), 15268–15273.
- Shivganesh B, (2008), "Entrepreneurial Management", SAGE Publications Pvt. Ltd,India.
- Shane, S. A., L. Kolvereid, and P. Westhead (1991), "An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender". Journal of Business Venturing 6(6), 431–446.
- Shane, S. (2003), "The Individual-Opportunity Nexus Approach to Entrepreneurship". Aldershot, United Kingdom: Edward Elgar Shteynberg, G., Gelfand, M. J., & Kim, K. 2009. Peering into the ‘Magnum Mysterium’ of culture: The explanatory power of descriptive norms. Journal of Cross-Cultural Psychology, 40(1):46–69.
- Scheinberg, S., and MacMillan, I. (1988). "An eleven country study of the motivations to start a business". In B. Kirchoff, W. Long, W. McMullan, K. Vesper, and W. Wetzel, eds., Frontiers of Entrepreneurship Research 1988. Wellesley, MA: Babson College.
- Stefanović,S Stošić ,D., (2012), "Age and education as determinants of entrepreneurship" , Faculty of Economics, University of Niš, Serbia.
- Storey, D.J., (1994), Understanding the Small Business Sector, London/New York: Routledge.
- Schmitt. C, (2008),"Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, Presses de l'Université du Québec, Canada.
- Schuetze, H., & Bruce, D. (2004). Tax policy and entrepreneurship. Swedish Economic Policy Review, 11, 233–265.
- Syed, J et Özbilgin, M (2009) *A Relational Framework for International Transfer of Diversity Management Practices*. International Journal of Human Resource Management, 20 (12). pp. 2435-2453
- Sarasvathy, S. & Dew, N. & Velamur, S.R & Venkataraman, S., (2003), Three Views of Entrepreneurial Opportunities, in Acs, Z.J. & Audretsch, D.B. (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Dordrecht: Kluwer.
- Say, J-B., 1803/1964, *Traité d'économie politique*, New York: Kelley.
- St-Cyr, L., S. Hountondji, and N. Beaudoin (2003). Report submitted to the Working Group of the Prime Minister on Women Entrepreneurs. Chaire de Développement et de Relève de la PME, HEC Montréal et Réseau des Femmes d’Affaire du Québec.
- Smallbone, D., S. Johnson, B. Virk, and G. Hotchkiss (2000). 'Young Entrepreneurs, Women Entrepreneurs, Ethnic Minority Entrepreneurs and Co-Entrepreneurs in the European Union and Central and Eastern Europe'. Summary Report. CEEDR, Middlesex University Business School.
- Shane, S. A. and S. Venkataraman (2000), 'The promise of entrepreneurship as a field of research'. The Academy of Management Review 25(1), 217–226.

- Schwartz, E. 'Entrepreneurship: A New Female Frontier,' *Journal of Contemporary Business* 5, no. 1 (1976): 47-76.
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C., (1990), A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management, *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Stevenson, H. H. and D. E. Gumpert. 'The heart of entrepreneurship', *Harvard Business Review*, 85(2), 1985, pp. 85-94.
- Stevenson, L and Lundström, A. (2002). Beyond the rhetoric: defining entrepreneurship policy and its best practice components. Swedish Foundation for Small Business Research.
- Schumpeter, JA (1911). *The theory of economic development*. Oxford University Press, New York
- Schumpeter, J.A.(1934) "*The Theory of Economic Development* ", (Cambridge, MA: Harvard University Press, USA.
- Schmitt, C, (2008), "Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, Presses de l'Université du Québec, Canada.
- Scott, C. E. (1986), 'Why more women are becoming entrepreneurs'. *Journal of Small Business Management* 24(4), 37-44.
- Schindehutte, M., M. Morris, and C. Brennan (2003), 'Entrepreneurs and motherhood: Impacts on their children in South Africa and the United States'. *Journal of Small Business Management* 41(1), 94-107.
- Stampini, M. et Verdier-Chouchane, A. (2011) 'Labour Market Dynamic in Tunisia: The Issue of Youth Unemployment', séries de documents de travail de la Banque africaine de développement, n° 123 (Tunis : Banque africaine de développement).
- Subrahmanyam, G (2011), "Tackling youth unemployment in the Maghreb", North Africa policy series , African Development Bank Group, Tunis, Tunisia.
- Tabuenca, G. A., Crespo Espert, J.L. and Cuadrado Roura, J.R. (2010): "Entrepreneurship, creative industries and regional dynamics in Spain", *The Annals of Regional Science*, 47:659-687.
- Tambunan T (2009) Women entrepreneurship in Asian developing countries: their development and main constraints. *J Dev Agric Econ* 1(2):027-040
- Taniguchi, H. (2002), « Determinants of women's entry into self employment », *Social Science Quarterly*, 83, 875-893.
- Thurik, R et Dejardin, M, « L'impact de la culture sur l'esprit d'entreprendre », *Reflète et perspectives de la vie économique*, 2012/2 Tome LI, p. 75-81. DOI : 10.3917/rpve.512.0075.
- Tounès A. (2003), *L'intention entrepreneuriale : une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE* , Thèse en Sciences de Gestion, Université de Rouen.
- U.S. Bureau of the Census (1977), *Women Owned Businesses* (Washington, DC: U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, 1977).
- Van Praag, Mirjam and Versloot, Peter H., What is the Value of Entrepreneurship? A Review of Recent Research (August 2007). ; IZA Discussion Paper No. 3014; Jena Economic Research Paper No. 2007-061.
- Venkataraman, S., 1997, *The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research*, in Katz, J.A. (ed.), *Advances in entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Volume 3, Greenwich, Connecticut: JAI Press.
- Verheul, I., Wennekers, A. R. M., Audretsch, D. B. and Thurik, A. R. (2002), An eclectic theory of entrepreneurship, in Audretsch, D. B., Thurik, A. R., Verheul, I., and Wennekers, A. R. M. (eds),

- Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison (Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers).
- Verheul, I., L. Uhlaner, and R. Thurik (2005), "Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image". *Journal of Business Venturing* 20(4), 483–518.
- Verheul, I., Van Stel, A., Thurik, R. (2006), « Explaining female and male entrepreneurship at the country level », *Entrepreneurship & Regional Development* 18(2): 151–183.
- Verplanken, B., & Holland, R. W. (2002). "Motivated decision making: Effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior". *Journal of Personality & Social Psychology*, 82(3): 434–447.
- Verheul, Ingrid, 2005, "Is There a (Fe)male Approach? Understanding Gender Differences in Entrepreneurship", Ph.D. thesis, Erasmus Institute for Management, EUR, Netherlands
- Vossenbergh S (2013) "Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it?" Maastricht School of Management, Working Paper No. 2013/08.
- Weber. 1930 [1904]. *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. Translated by Talcott Parson. New York:
- Wennekers, A. R. M., Uhlaner, L. M. and Thurik, A. R. (2002), "Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective", *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1 (1): 25–64
- Wennekers, S, N Noorderhaven, G Hofstede and R Thurik (2001). "Cultural and economic determinants of business ownership across countries". Babson College: <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/V/VA/VA/v-a.htm>.
- William, D. (2004), « Effects of Childcare Activities on the Duration of Self-Employment in Europe », *Entrepreneurship Theory & Practice*, 28 (5) (2004), pp. 467–485.
- World Bank (2007), « The Environment for Women's Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region », The World Bank, Washington, DC,
- World Bank (2015), « Tunisie - Diagnostic-pays systématique », Washington, D.C. : World Bank Group.
- Yueh, L. (2009), "China's entrepreneurs. *World Development* 37(4): 778–786
- Williams, D. R. (2004), 'Effects of childcare activities on the duration of self-employment in Europe'. *Entrepreneurship Theory and Practice* 28(5), 467–485.
- Yao, R., & Hanna, S. (2005). "The effect of gender and marital status on financial risk tolerance". *Journal of Personal Finance*, 4, 66–85.
- Yunus, M. (2007), « The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture », *Law and Business Review of the Americas*, 13(2): 267–275.
- Zgheib, N., (2015), « Obstacles to business in Middle East and North Africa: instability, corruption, informal sector », *Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement (BERD)*.

# **Annexes**

## ANNEXE 1: DESCRIPTIONS ET SOURCES DE DONNEES

Variabes	Description	Sources et années
Niveau d'entrepreneuriat féminin (Y)	Y=(nombre d'entreprises femme/nombre d'entreprises )	Algérie: Centre National de Registre de commerce, 1997-2014; Maroc : Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale ,1997-2014; Tunisie: Direction d'informatique au Ministère de la Justice,1997-2014.
Niveau d'instruction des femmes	Taux de femmes inscrites au secondaire	l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) ou <a href="http://hdr.undp.org/reports/global">http://hdr.undp.org/reports/global</a>
Niveau d'autonomisation des femmes	l'Indice IIG mesure l'inégalité suivant trois dimensions	GII : 2008-2014 . IPF:1997-2007. <a href="http://hdr.undp.org/reports/global">http://hdr.undp.org/reports/global</a>
Taux de fertilité	le nombre d'enfants nés d'une femme .	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale. 1997-2014.
Le taux de participation des femmes à la force de travail	Pourcentage des femmes sur le marché	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale. 1997-2014.
Développement économique	PIB par tête	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale . 1997-2014.
Croissance de population	pourcentage annuel de la croissance de la population	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale . 1997-2014.
Développement technologique	accès à l'internet (sur 100 personnes)	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale. 1997-2014.
Niveau d'impôts	Taux total des impôts (% résultat )	La base de données "Doing Business"2006-2014. 1997-2005 (ajustement par les chercheurs ).
Volatilité Macroeconomique	Taux d'inflation annuel	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale .1998-2014.
Chômage	Taux de chômage féminin	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale .1998-2014
Développement technologique	Accès à l'internet (sur 100 personnes)	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale. 1998-2014.
Développement financier	Crédit intérieur fourni au secteur privé(% du PIB).	Les Indicateurs du développement dans le monde (WDI) - Banque Mondiale. 1998-2014.
coût de faire des affaires	Coûts d'entrée(% du PIB par habitant)	La base de données "Doing Business"2004-2014. 1998-2003 (ajustement par le chercheur ).
Niveau d'impôts	Taux total des impôts (% résultat )	La base de données "Doing Business"2006-2014. 1998-2005 (ajustement par le chercheur ).

## ANNEXE 2: STATISTIQUE DESCRIPTIVE

<i>Algérie</i>					
Variable	Obs	Moyenne	Ecart type	Min	Max
Y	18	0,05	0,014	0,016	0,067
INS	18	50,21	0,68	49,31	51,23
PAR	18	18,24	2,20	15,28	21,24
FER	18	2,68	0,20	2,40	2,98
AUT	18	0,43	0,10	0,24	0,59
PIBt	18	3362,11	1570,96	1581	5583,6
POP	18	1,62	0,22	1,3	1,9
INT	18	7,22	6,32	0,00001	18,1
IMP	18	75,5	1,85	72,7	76,9
<i>Maroc</i>					
Variable	Obs	moyenne	Ecart type	Min	Max
Y	18	0,17	0,019	0,14	0,215
INS	18	44,68	0,86	43,35	45,71
PAR	18	34,57	1,25	32,06	35,59
FER	18	2,59	0,15	2,46	3,03
AUT	18	0,42	0,14	0,27	0,69
PIBt	18	2169,19	754,78	1265,4	3190,3
POP	18	1,15	0,23	0,9	1,5
INT	18	23,16	22,54	0,00001	56,8
IMP	18	50,73	1,93	44,4	52,9
<i>Tunisie</i>					
Variable	Obs	moyenne	Ecart type	Min	Max
Y	18	0,178	0,035	0,14.5	0,226
INS	18	50,17	0,59	49,26	51,05
PAR	18	34,91	1,52	31,63	37,70
FER	18	2,11	0,10	2	2,38

AUT	18	0,34	0,07	0,24	0,51
PIBt	18	3342,63	873,38	2247,9	4420,7
POP	18	1,06	0,14	0,9	1,4
INT	18	18,75	17,08	0,00001	46,2
IMP	18	60,99	1,02	58.6	62,6

### ANNEXE 3: QUESTIONNAIRE

**CONFIDENTIEL** : Toutes les informations collectées sont strictement confidentielles et ne seront utilisées qu'à des fins statistiques entrant dans le cadre de la préparation d'un projet de thèse de Doctorat en management à l'ESC-Kolea.

#### Plan du questionnaire

Partie 1:caractéristiques personnelles (internes)

- 1-Informations sociodémographiques
- 2-Traits de personnalité
- 3-Motivations

Partie 2:facteurs environnementaux (externes)

- 1-Facteurs économiques
- 2-Facteurs réglementaires et politiques
- 3-Facteurs socioculturels

#### **PARTIE1:Caractéristiques personnelles:**

1-Informations sociodémographiques:

Q1. Le statut juridique:

Q2. L'activité :

service	industrie	commerce	Artisanat	autre

Q3. Nombre d'employés

Q4. Année de création:

Q5. Votre âge à la date de création d'entreprise

Q6. Situation professionnelle juste avant la création

employé à plein temps	Employé à temps partiel	Retraitée	sans emploi	étudiante

Q8.Nombre d'année d'expérience dans le domaine de l'activité créée:

Q9.Nombre d'année d'expérience dans des domaines hors de l'activité créée:

Q10.Situation familiale au moment de la création d'entreprise:

Célibataire	Mariée	Divorcée	Veuve

Q11.Nombre d'enfants au moment de la création:

Q12.Niveau d'instruction :

Universitaire	Secondaire	Autre

Q13.Avez-vous bénéficié d'une formation professionnelle:

Oui	non

Q14.Avez-vous déjà bénéficié d'une formation spéciale dans le commerce et la gestion des affaires ?

Oui	non

Q15. Quelle est la proportion de vos fonds propres par rapport a votre apport global à l'entreprise?

100%	Supérieure à 50%	Inferieure à 50%

## 2-Traits de personnalité :

1- Quel le niveau de jugement que vous accordez aux affirmations suivantes:

Formules	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Plus ou moins d'accord	Plutôt d'accord	Tout a fait d'accord
Je ne dois pas lancer une création d'entreprise s'il ya un risque d'échec					
La décision de création de mon entreprise dépend de mes choix personnels					
Mon réseau relationnel a fortement influencé ma décision de création d'entreprise.					

## 3- LES MOTIVATIONS:

- Quelle est l'influence de ces facteurs sur votre décision de création d'entreprise?

	Formules	Très faible	faible	moyenne	importante	Très importante
Q1M	L'envie d'apprendre d'avantage					
Q2M	Pour ma capacité de développer une nouvelle idée					
Q3M	Etre innovateur					

Q4M	Jouir d'une pleine liberté vis-à-vis de mon travail					
Q5M	Profiter d'une opportunité					
Q6M	Gagner plus d'argent					
Q7M	La recherche d'un statut social élevé(être une patronne).					
Q8M	Avoir de la reconnaissance					
Q9M	Etre utile à la communauté					
Q10M	Désir de continuer la tradition entrepreneuriale familiale					
Q11M	Assurer la sécurité et le bien être de ma famille					
Q12M	a cause de la frustration dans mon emploi précédent					
Q13M	Par contrainte de chômage					

## Partie 2: Les facteurs environnementaux:

### 1-Facteurs économiques:

Quelle est l'influence de ces facteurs sur votre décision de création d'entreprise?

	Formules	Très négatif	Peu négatif	moyen	Peu positif	Très positif
Q1E	Disponibilité des institutions financières à financer les PME					
Q2E	Des sources alternatives de financement (familles, amis)					
Q3E	Des crédits à bas cout					
Q4E	Le niveau des prix des matières premières					
Q5E	La sécurité des approvisionnements de matière premières et équipements					
Q6E	Faible concurrence dans ce type d'activité					
Q7E	Croissance de la demande					
Q8E	Disponibilité de distributeurs					
Q9E	Disponibilité de main d'œuvre qualifiés dans votre profession					

### 2-Facteurs politiques et réglementaires:

Quelle est l'influence de ces facteurs sur votre décision de création d'entreprise?

	Formules	Très négatif	Peu négatif	moyen	Peu positif	Très positif
Q1P	La disponibilité de l'information et des structures d'aide à création d'entreprises					
Q2P	Facilitations des incubateurs					
Q3P	Les lois protégeant la propriété privée					
Q4P	Facilitation de l'investissement, particulièrement dans l'innovation					
Q5P	les incitations fiscales					
Q6P	Les procédures requises pour la création d'entreprises					
Q7P	La législation en matière d'importation des matières et équipements					
Q8P	Le rôle de l'université dans la diffusion de l'esprit entrepreneuriale dans la société					
Q9P	L'encouragement particuliers des politiciens aux femmes entrepreneurs					
Q10P	La stabilité politique du pays(changement du gouvernement)					

### 3-Facteurs socioculturels:

Quelle est l'influence de ces facteurs sur votre décision de création d'entreprise?

	Formules	Très négatif	Peu négatif	moyen	Peu positif	Très positif
Q1S	l'attitude du gouvernement envers l'entrepreneuriat féminin					
Q2S	La connaissance de certains entrepreneurs comme de véritables modèles de réussite					
Q3S	Etiez-vous entouré d'un réseaux d'entrepreneurs avant le début d'activité					
Q4S	conseil et service de soutien et d'accompagnement					
Q5S	La place de l'entrepreneuriat dans la société					
Q6S	L'influence du conjoint					
Q7S	L'influence de la famille					
Q8S	La majorité des individus considèrent que le lancement d'une entreprise est un choix de carrière désirable?					
Q9S	Vous jouissez d'un statut élevé et du respect dans la société?					
Q10S	-L'attention des medias contribue au développement de la culture entrepreneurial dans le pays?					

**Merci pour votre collaboration**

## **Résumé:**

L'évolution mondiale de l'entrepreneuriat féminin au cours des dernières a été accompagnée d'une augmentation du nombre d'études sur l'entrepreneuriat féminin. Contrairement à la plupart des études existantes qui portent principalement sur les pays Anglo-saxons, la présente thèse étudie les déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb. Ainsi, différents aspects de l'entrepreneuriat ont été étudiés y compris les aspects individuels et environnementaux. Une distinction a été faite entre les facteurs liés aux femmes et les facteurs environnementaux .

Les analyses menées par cette thèse montrent des différences entre les trois pays du Maghreb (l'Algérie, la Tunisie et le Maroc) au niveau de l'étude macro mais très peu de différences au niveau de l'étude micro. D'un point de vue socioéconomique, il est important de comprendre les facteurs qui favorisent la création des entreprises. Les différences et les similarités entre les trois pays peuvent fournir aux décideurs des informations sur lesquelles ils peuvent centrer leurs décisions politiques. L'image de l'entrepreneuriat féminin traité dans cette thèse ne semble pas être prometteuse: en moyenne les femmes entrepreneurs ont tendance à créer et exploiter des entreprises relativement petites et elles ne sont pas ambitieuses en ce qui concerne la poursuite de l'extension de l'activité face à un environnement hostile à la prospérité des entreprises. L'orientation faible des femmes du Maghreb à l'entrepreneuriat est attribuée en partie au fait que les femmes sont relativement averses au risque. Cependant, cette attitude prudente explique pourquoi les entreprises appartenant aux femmes sont moins susceptibles de subir des faillites. En gros, de nombreuses femmes entrepreneurs dans le Maghreb lancent des entreprises pour mieux concilier vie professionnelle et vie privée.