

ENTREPRENARIAT FEMININ AU SENEGAL : vers un modèle entrepreneurial de " nécessité " dans les pays en développement ?

Serge F Simen, Ibrahima Dally Diouf

▶ **To cite this version:**

Serge F Simen, Ibrahima Dally Diouf. ENTREPRENARIAT FEMININ AU SENEGAL : vers un modèle entrepreneurial de " nécessité " dans les pays en développement ?. CAM , May 2013, Dakar, Sénégal. halshs-01782047

HAL Id: halshs-01782047
https://shs.hal.science/halshs-01782047

Submitted on 1 May 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

ENTREPRENARIAT FEMININ AU SENEGAL : vers un modèle entrepreneurial de « nécessité » dans les pays en développement ?

Serge F. SIMEN
Enseignant-Chercheur au Département Gestion
Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar-UCAD
Laboratoire de recherche en GRH-Organisation
Chercheur dans le GCO de l'ESG-UQAM
e-mail : fsnana@yahoo.fr
Tél. : +221 77 858 95 71

Ibrahima Dally DIOUF
Enseignant-Chercheur au Département Gestion
FASEG-UCAD
Laboratoire de recherche en GRH-Organisation
e-mail : dallydiouf@yahoo.fr
Tél. : +221 77 657 28 77

RESUME :
L'objectif de cette recherche était de proposer un modèle de l'entrepreneuriat féminin de nécessité dans les pays en développement cela en précisant d'une part le profil des femmes entrepreneures et les caractéristiques des entreprises créées ou reprise et d'autre part en discutant des motivations, attitudes, difficultés rencontrées et de l'encadrement institutionnel.
A partir d'une enquête utilisant une démarche quantitative, notre étude a révélé que les femmes entrepreneures ont généralement plus de la trentaine d'années, n'ont pas souvent un niveau de scolarisation élevé et les activités dans lesquelles elles s'orientent sont souvent de faible ampleur et permettent généralement de subvenir aux besoins de la famille. Les affaires créées évoluent souvent dans l'informel. Cet entrepreneuriat de nécessité est caractéristique de l'entreprenariat féminin dans les pays en développement ayant de faible revenu. Ce qui les motive souvent c'est de subvenir aux besoins de la famille tout en étant des « mères » et des « épouses » au sens où la société le comprend. Avoir une affaire leurs permet d'être indépendantes et offre la possibilité de gérer leur emploi de temps.
Notre étude précise aussi le rôle de l'entourage familial qui occupe une place prépondérante dans l'acte d'entreprendre. Il est difficile de concevoir la création d'entreprise sans la famille. Ainsi, le mari peut jouer un rôle encourageant (lorsqu'il soutien la femme et est impliqué) ou décourageant (lorsqu'il n'est pas en phase avec ce que veut faire la femme).
Ces différents constats peuvent constituer les éléments d'un modèle de l'entrepreneuriat de « nécessité » dans les pays en développement.

Mot clés : Entrepreneuriat féminin – entrepreneuriat de Nécessité – Modèle - Culture – Religion

INTRODUCTION

Dans les sociétés africaines les femmes ont toujours joué un rôle prépondérant dans la stabilité de la famille et le développement économique (Beltran, 2006). Toutefois, elles participent moins à la prise de décisions nationales du fait des préjugés culturels et religieux. Ainsi, la femme, du fait des stéréotypes, est souvent perçue comme mère, épouse… et est cantonnée à des activités domestiques et de reproduction (Sow, 1992). Cela prive les femmes de leur esprit d'initiative et les fait dépendre, dans les sociétés africaines, des hommes.

La crise que vivent les économies africaines, la paupérisation et la réduction des ressources dans les familles poussent les femmes à s'impliquer dans la recherche de revenus devant permettre de subvenir aux besoins de la famille, en appoint de la contribution des hommes[1]. Elles sont appelées à jouer un rôle dans la création d'entreprise. Toutefois, ce qui motive les femmes entrepreneures en Afrique est la « nécessité », c'est-à-dire, la volonté de s'en sortir et de subvenir aux besoins de la famille sur le long terme. Cela en s'appuyant essentiellement sur la solidarité et l'entraide. C'est dire que les femmes entrepreneures se lancent essentiellement dans des projets de petites envergures et très souvent dans l'informel. Les femmes entreprennent prioritairement dans des activités de proximité, à l'échelon d'un territoire. On les retrouve en grande majorité dans les services aux personnes, l'hôtellerie et la restauration, le commerce, la santé, les activités récréatives, culturelles et sportives. Elles sont porteuses d'innovations sociales.

Les femmes sont confrontées à de nombreux obstacles dans la création d'entreprise : manque de formation à la création d'entreprise ; elles assurent un certain nombre de responsabilité familiales et doivent en permanence s'organiser pour concilier vie professionnelle et vie familiale ; les femmes s'autocensurent. Or, pallier à ces difficultés devrait constituer une perspective importante d'auto-emploi dans les économies caractérisées par un chômage élevé.

La société africaine accepte de plus en plus les femmes entrepreneures qui les considèrent comme des « femmes capables ». Les hommes développent plus volontiers des modèles de management fondés sur l'autorité et la hiérarchie. Les femmes quant à elle utilisent généralement des modèles d'autorité négociée et la délégation. Elles sont donc plus à l'écoute, délèguent davantage et gèrent mieux les conflits. De plus, elles auront tendance à partager leur temps de travail, à s'associer à des personnes ayant des compétences complémentaires, à travailler en réseau et en partenariat.

La plupart des recherches sur l'entreprenariat s'est focalisée sur les hommes. D'autres se sont intéressées aux raisons qui poussent les femmes à entreprendre (Buttner et Moore, 1999; Lee, 1997; Sarri et Trihopoulou, 2005) ou aux obstacles auxquels se heurtent les femmes dans la création d'entreprise (Menzies, Diochon et Gasse, 2004; Brindley, 2005). Selon Hisrich et Öztürk (1999), la plupart des recherches sur l'entreprenariat féminin a été menée essentiellement dans les économies développées et marginalement dans les pays en développement, comme le Sénégal. Toutefois, plusieurs études ont montré qu'offrir aux femmes l'opportunité de créer une affaire aurait un impact positif sur la société, en général et sur la famille en particulier (Tayeb, 2005).

Les femmes au Sénégal représentent 60 % de la population active et seulement 0,5 % d'entre elles sont des employeurs, chefs d'entreprises. Leur faible niveau de qualification et de ressources économiques freine leur rôle d'opératrices économiques. Les difficultés d'accès au crédit et aux garanties ont pénalisé le développement de leur activité économique du fait de leurs revenus limités tirés de leur activité productive. En moyenne les femmes reçoivent moins de 10 % des crédits destinés aux exploitants et seulement 10 % du total du crédit agricole[2].

[1] Les femmes et les hommes jouent des rôles sociaux différents.

[2] Groupe développement : soutien aux femmes entrepreneur, http://www.groupedeveloppement.com/grouped/senegal2.pdf

Lorsqu'elles réussissent, les entreprises créées, par les femmes, ont un impact positif sur l'emploi et donc sur le développement économique. Pour l'ONU (2003), le progrès dans les pays en développement est étroitement lié à une meilleure prise en compte du rôle de la femme dans la création de richesse et, dans les pays où la femme n'a pas la possibilité de créer de la richesse par la création d'entreprises, l'économie reste stagnante.

Nous postulons que les traditions sociales et culturelles sont les principales entraves à l'entreprenariat féminin au Sénégal. Quel modèle devrait permettre, dans ce contexte, le développement de l'entreprenariat féminin de nécessité au Sénégal ? Ce modèle, au lieu de postuler á l'égalité des genres, appelle plutôt á ce que les hommes et les femmes jouent un rôle différent mais complémentaire dans la société.

Afin de répondre aux questions posées, nous préciserons la littérature mobilisées pour structurer la réflexion (1). Les choix méthodologiques seront ensuite justifiés (2) et enfin les résultats seront présentés et discutés (3).

1. Entreprenariat féminin et développement économique : état de l'art.

Les travaux sur l'entreprenariat féminin sont relativement récents[3]. En se focalisant sur les connaissances accumulées sur l'entreprenariat féminin, de nombreuses recherchent relèvent de nombreuses insuffisances. Onana (2009) suggèrent que des faiblesses sont constatées sur le plan méthodologique, mais également que certains sujets abordés nécessitent plus d'explication.

Cette littérature précisera le rôle que peuvent jouer les femmes dans la création de richesses (1), la place de la femme dans la société sénégalaise (2), les motivations des femmes à créer (4), les caractéristiques de l'entreprenariat féminin (3) et les difficultés rencontrées par les femmes pour monter une affaire (5).

1.1. De la nécessité de prendre en compte la femme dans les activités économiques

Depuis les années 70, plusieurs approches ont été développées visant à montrer que la femme ne doit plus être considérée comme un « agent inactif » dans le développement économique mais plutôt comme une composante importante. A cet effet, nous pouvons, par exemple, relever que l'une des premières approches visant à montrer qu'il faut davantage intégrer la femme dans le processus de développement économique est celle de Boserup (1983). Cette approche nommée « *intégration des femmes au développement* » (IFD) est le résultat d'une étude qu'elle a menée et qui lui a permis de mettre en évidence une réflexion sur l'évolution nécessaire dans la distribution des rôles selon les sexes sur le plan du travail. Aussi, l'approche dénommée « *femme et développement* » (FED) a le mérite de reconnaitre la participation des femmes au développement économique. Cette deuxième approche a eu pour conséquence de constater qu'une discrimination négative à l'endroit des femmes est toujours présente et qu'il faudrait arriver à supprimer cette marginalisation de la femme dans les activités économiques[4].

L'approche « *genre et développement* » initiée au courant des années 80 intègre toutes les recommandations des deux premières approches et permet de mettre en œuvre une nouvelle vision. Cette dernière prône que la femme est dans les stratégies de développement. Cela a entraîné l'introduction de nouveaux indicateurs notamment l'ISDH et l'IPF dans le rapport de 1995 du PNUD[5]. Ces deux indicateurs et principalement l'IPF permettent de mesurer les écarts existants entre les hommes et les

[3] Les chercheurs ont commencé à s'y insérer à partir des années 1970 (Brush, 1992 ; Carrier, Julien et Mienvielle, 2006).

[4] La forte recommandation va dans le sens d'une amélioration des conditions de participation au développement économiques par une facilité de leur accès aux ressources et aux processus de gestion notamment de décision.

[5] http://hdr.undp.org/fr/statistiques/indices/isdh_ipf/

femmes dans leur participation au PIB, écarts très largement en défaveur des femmes dans quasiment tous les pays.
Cette évolution constatée dans la conception du rôle de la femme dans les activités économiques aussi bien dans les pays développés qu'en voie de développement fera dire à Tchouassi (2002) que désormais les femmes doivent jouer un rôle important au niveau du système productif mais aussi des initiatives entrepreneuriales. C'est dans ce contexte que cette étude est initiée dans une perspective « *économiciste* » afin de réfléchir sur un modèle entrepreneurial de « nécessité » pouvant permettre à la femme de jouer pleinement son rôle dans le processus de développement économique de nos pays par la création et/ou la reprise d'entreprise.

1.2. Place de la femme dans la société sénégalaise

Au Sénégal, la question de la place de la femme par rapport à celle de l'homme dans le processus de développement économique se pose de plus en plus. Bien que la constitution en son article premier proclame que le Sénégal est un pays laïc et garanti officiellement l'égalité entre les hommes et les femmes, la réalité est tout autre. Les réalités socio-culturelles ainsi que la prédominance de la religion musulmane font que le rôle de la femme est confiné dans le cercle restreint de la concession familiale. Bien qu'au départ, Cheikh Anta Diop (1982) avait montré que les cultures africaines de façon générale obéissait à un système matriarcal, force est de constater qu'après la colonisation il a subit une modification profonde. La société sénégalaise est profondément ancrée dans une culture patriarcale où l'homme est considéré comme celui qui commande et la femme comme celle qui doit obéir (Grey et Finley-Herley, 2005). Dès lors, le rôle de la femme est de s'occuper des tâches non génératrices de revenus, des travaux domestiques, etc.
Mais à la faveur de la crise économique qui a traversé tous les pays et en référence aux différents plans d'ajustement structurel, nous avons noté de plus en plus que l'homme avait du mal à subvenir, seul, aux besoins de toute la famille. Cela a permis de modifier et de faire évoluer la structure familiale et par la même occasion, le rôle que les femmes doivent jouer dans la prise en compte des charges familiales. Cependant l'homme détient toujours le pouvoir économique et la prise de décision au sein de la famille (Benradi, 2006).
A coté de ce volet socio culturel, il faut remarquer que la religion et ses interprétations n'ont pas été favorables aux femmes dans nos différentes sociétés. En effet, l'Islam est la religion fortement majoritaire au Sénégal avec 94% de la population sénégalaise (ANSD, 2008) et le christianisme représente environ 4%. Aussi bien le Coran (*parole de Dieu*) que la Sunna (*pratique du prophète Mohamed (psl)*) recommande aux femmes une obéissance à leur mari et de s'occuper des tâches ménagères. Seulement se sont les interprétations que certaines personnes ont faites de la religion qui relègue l'entreprenariat féminin au second plan. En effet, la première femme du prophète Mohamed (psl) était commerçante et donc participait activement à la couverture des charges familiales. Mais force est de remarquer qu'aujourd'hui il y a beaucoup d'amalgame dans le domaine religieux (*surtout musulman*) ce qui fait croire à l'homme que la femme lui est inférieure et qu'elle doit s'occuper des tâches ménagères et laisser les activités économiques aux hommes.
Aujourd'hui il y a une tendance qui montre une entrée massive des femmes dans la vie socioprofessionnelle et entrepreneuriale notamment par la création d'entreprises

1.3. Caractéristiques de l'entreprenariat féminin au Sénégal et développement économique

Plusieurs éléments permettent de caractériser l'entreprenariat féminin. Il s'agit :

- de la *motivation* à se lancer dans la création d'entreprise. Ainsi, nous avons identifiés deux profils de femmes entrepreneures : les femmes qui créent ou reprennent une activité existante par opportunités

(Zapalska et al., 2005 ; McCelland et al., 2005) ; les femmes qui créent ou reprennent une activité par nécessité (DeMartino et Barbato, 2003 ; Bird et Brush, 2002).

- du *style de management* des femmes dans la gestion de l'entreprise créée ou de l'activité reprise. De nombreuses études affirment qu'il existe une différence entre le style de management des hommes et celui des femmes (Eagly et al., 1990, 2001 ; Rosener, 1990 ; Mukhtar, 2002 ; Bruni et al., 2004). D'autres concluent à l'inexistence de différence de genre dans les styles de gestion (Wajcman, 1998).

- du *financement des entreprises* gérées par des femmes. La littérature nous indique que les femmes investissent souvent pour des montants moindre que les hommes (Verheul et Thurik, 2001 ; Constantinidis et al., 2006). Aussi, pour créer leurs entreprises, les femmes préferent recourir principalement à leurs épargnes personnelles, aux prêts des amis ou de la famille, aux tontines… plutôt que de recourir à des sources de financement externes tel que les financements bancaires (Coleman, 2000).

- du *réseautage*. Les femmes sollicitent très souvent dans la création des réseaux d'entraide ou de solidarité. Les réseaux relationnels sont importants dans la création d'une activité économique (Llussa, 2010 ; Minniti et al., 2004). De ce fait le rôle des groupements sociaux ou professionnels est considéré comme un complément déterminant aux différents organismes d'appui existants (ponson, 2002). Ces réseaux sont utilisés pour obtenir des conseils, profiter de nouvelles opportunités ou bénéficier de partenariats commerciaux (Baines et Wheelock, 1998 ; Doyle et Young, 2001).

- du statut familial, du niveau scolaire, économique et social, du manque de confiance, de la capacité à avoir une image négative d'elle. Les femmes rencontrent des difficultés liées à des stéréotypes portant sur le genre.

Vu ces caractéristiques, comment aider de manière efficace l'entreprenariat féminin au Sénégal ?

Pour la Présidente de l'Association des femmes entrepreneurs indépendantes du Sénégal (AFEI), l'entreprenariat féminin pourrait aider le Sénégal à relever ses défis, car œuvrer en faveur de la promotion de la femme est une source de développement économique qui va de pair avec la création d'emplois en plus grand nombre. « *Non seulement les entreprises qui ont à leur tête des femmes recrutent plus de femmes que les entreprises dirigées par des hommes, mais en plus, elles recrutent également une proportion plus élevée d'employés féminins à des niveaux de haute qualification et de direction* »[6], précise-t-elle. Aussi invite-t-elle l'Etat à réformer l'environnement des affaires pour diminuer les obstacles qui se dressent pour le lancement des entreprises féminines. Entre autres mesures prises ces dernières années nous pouvons noter la création du ministère de l'entreprenariat féminin, le programme de scolarisation des jeunes filles. A son avis, les décideurs politiques doivent aussi aborder la question des normes sociales fondées sur une distinction des sexes et les traitements différentiels dans le cadre de la loi afin d'appliquer les mêmes règles du jeu aux femmes. Car pour elle, les femmes entrepreneurs peuvent devenir un moteur de croissance. Cela rejoint le point de vue de l'ONU (2003) qui souhaite une diversification des perspectives économiques.

Soutenir l'entreprenariat féminin aura un impact sur la famille, puisque les femmes tendent à se concentrer sur la sécurité familiale. La BM soutient que le progrès dans les pays en développement est étroitement lié au progrès de la femme. Et dans les pays où la femme n'a pas la possibilité de créer de la richesse par la création d'entreprise, l'économie reste stagnante.

Les femmes représentent les 3/5 des pauvres dans le monde. Dans les pays en développement, les femmes représentent 70 à 80% de la main d'œuvre agricole, assurent plus de 80% de la production alimentaire.

6 Paul Kadja TRAORE, Walfdiri, Promotion de l'entreprenariat féminin au Sénégal : Les femmes à l'ère de la bancarisation et de l'accès au crédit. Article disponible à l'adresse : http://www.sendeveloppementlocal.com/Promotion-de-l-entreprenariat-feminin-au-Senegal-Les-femmes-a-l-ere-de-la-bancarisation-et-de-l-acces-au-credit_a3266.html?print=1

Les secteurs dans lesquels évoluent les femmes en Afrique, sont essentiellement l'agroalimentaire, le tissage, les services aux personnes, la préparation des boissons, la vente d'en-cas.

1.3. Motivation des femmes à la création d'entreprise

De nombreuses recherches[7] suggèrent que dans l'étude des motivations des femmes à se lancer dans les affaires, deux approches peuvent être mobilisées. Une approche universaliste des motivations des femmes entrepreneures qui postule que tous les entrepreneurs sont semblables. Ainsi, même s'ils ont des profils différents, les entrepreneurs ont les mêmes motivations. Une approche contingente qui suppose que les « *conditions culturelles différentes sont susceptibles de produire des entrepreneurs différents parce que les pratiques de socialisation des enfants sont différents dès le départ* » (Cochran, 1960 cité par Onana (2009), p.2).

D'autres raisons son souvent évoquées. Helms (1997) suggère que les femmes se lancent dans les affaires pour trois raisons : la liberté personnelle, la sécurité et/ou la satisfaction.

Du fait que les femmes éprouvent des difficultés à entrer dans le marché du travail (pesanteur culturelle, religieuse,…), des difficultés à concilier vie professionnelle et encadrement de sa famille… elles développent des affaires qui leur garantissent la liberté d'action. Cette flexibilité du travail procuré par la création d'entreprise est attrayante pour les femmes car cela leur permet d'adapter les horaires de travail, et souvent de travailler à la maison, près de sa famille. Les femmes qui ont besoin de sécurité sont celles qui ont été victimes de discrimination au travail, de licenciement, mise à pied, divorce, décès ou retraite du conjoint. Ces entrepreneures vont créer leurs entreprises pour améliorer les conditions de la famille et/ou maintenir le statut social et économique de la famille. Les femmes entrepreneurs qui recherchent la satisfaction sont celles qui n'ont pas souvent de qualifications ou compétences, encore moins d'expériences professionnelles, mais qui souhaitent prouver aux membres de la communauté qu'elles peuvent être utiles à la famille et à la société.

Hisrich et Bruch (1985) identifie les motivations de type « push » ou motivation de nécessité (frustration et ennui dans un emploi antérieur) et les motivations de type « pull » ou motivation de volonté (autonomie que donne la création d'entreprise). Les motivations « push » sont alimenté par des évènements négatifs de la vie tels que le chômage, un emploi précaire, une mise à pied… Par contre les motivations de volonté se trouvent chez les créateurs en situation de discontinuités positives par rapport à sa trajectoire de vie. Ce type de motivation est alimenté par des situations tels que la fin d'une formation, la découverte d'une idée d'affaire, la rencontre d'un partenaire d'affaire…

Dans les économies en développement, comme le Sénégal, la culture s'avère comme un facteur important à prendre en compte lorsqu'on souhaite étudier l'entreprenariat féminin tout comme la situation matrimoniale (célibataire, mariée, veuve, soutien de famille). Ainsi, nous privilégierions une approche contingente des motivations des femmes à entrer dans les affaires.

Carrier, Julien et Menvielle (2006) ont fait une synthèse des travaux sur l'entreprenariat féminin. De cette synthèse, il est ressorti principalement sept facteurs qui poussent les femmes à entrer dans les affaires : l'autonomie et flexibilité, la réalisation personnelle, la possibilité de faire des bénéfices, la possibilité de devenir son propre patron, la reconnaissance de l'extérieur, la saisie d'une opportunité et l'influence de la famille. Toutefois, ces auteurs précisent que ces facteurs de motivations n'interviennent pas toujours dans le même ordre encore moins ne sont exhaustifs. Cependant, malgré l'importance de leurs travaux, il faut préciser qu'ils contribuent peu à la compréhension de l'entreprenariat féminin en Afrique.

[7] De nombreuses recherches ce sont intéressés à ce qui motive à la création d'entreprise (Birley et Westhead 1994; Cooper et Dunkelberg 1981; Denison et Alexander 1986; Dubini 1988; Scheinberg et MacMillan, 1988; Shane, Kolvereid, et Westhead 1991; Shapero 1975).

En Afrique au sud du Sahara en général, et au Sénégal en particulier, de nombreuses études se sont essentiellement intéressés à la relation entre « entreprenariat féminin » et le développement économique, particulièrement sur l'impact de l'entreprenariat féminin sur la réduction de la pauvreté, la création d'emploi et la réduction des inégalités. « *On s'est très peu intéressé aux raisons pour lesquelles les femmes optent pour la création d'entreprise* » (Onana, 2009, p.3).

Au Sénégal nous pensons qu'il existe, des facteurs de « nécessité » souvent dominants et concernant les femmes à faible revenus, les femmes qui ont des difficultés d'accéder au marché du travail, la nécessité pour les femmes de trouver des arrangements flexibles de travail à cause des obligations familiales ((Buttner et Moore, 1997).

Les femmes dans la création d'entreprise, sont confrontées à de nombreuses difficultés. En plus des difficultés qui leurs sont communes aux hommes, (politiques/régulations gouvernementale, infrastructure, bureaucratie, corruption, taxes…), il y a des difficultés spécifiques aux femmes (soutien familial, acceptation de l'autorité de la femme, crédibilité auprès des employés, discrimination par les institutions financières…).

1.4. Difficultés rencontrées par les femmes dans la création d'entreprise

En plus des stéréotypes, les femmes entrepreneurs sont soumises à d'importantes contraintes, qui limitent leur capacité de création d'entreprise. Les principaux obstacles sont essentiellement liés au financement et au soutien de la famille (Winn, 2005).

Les Banques prêtent moins aux femmes pour diverses raisons : elles possèdent moins de garanties du fait des clivages sociaux qu'elles vivent, elles semblent ne pas être considérées comme des chefs d'entreprises capables de générer des revenus… Les femmes entrepreneures prennent, en général, moins de risque financier que les hommes et leurs affaires ont un taux d'échec plus faible que les affaires créées par leur homologue homme. Malgré cela, les banques continuent de faire de la discrimination contre elles lorsqu'il s'agit de financer les projets qu'elles soumettent. Pour la présidente de l'association des femmes entrepreneures indépendantes du Sénégal (AFEI), cette discrimination est due au manque de confiance des financiers. De nombreux auteurs font remarquer que le manque d'accès au capital par les femmes entrepreneures est un obstacle majeur (Gundry et al., 2002 ; Helmi, 1997). Les femmes mobilisent leurs réseaux pour disposer des ressources nécessaires au financement de leur affaire. Ainsi, elles recourent aux prêts de la famille et/ou des amis, à leur épargne personnelle, aux tontines.

Les femmes entrepreneures doivent faire face à d'autres obstacles, comme le soutien familial, les attitudes socio-culturelles négatives, la discrimination sexuelle, le manque de compétences de base (Merwe, 2003). Le Sénégal est un pays laïc à 96% musulman. Le poids de la culture et de la religion est l'invariant fondamental qui structure l'entreprenariat féminin.. La prétention selon laquelle, la religion est un facteur contraignant l'entreprenariat féminin est discutable, particulièrement pour la religion musulmane[8].

D'autres obstacles peuvent être identifiés notamment:

- une formation professionnelle et un accès aux réseaux limités dans les pays en développement (Chandralekha et al, 1995)tout comme le manque d'information et de conseils sont des obstacles à l'entreprenariat féminin. Aussi, pour les femmes qui ont déjà eu une expérience dans une autre entreprise, cette expérience n'est pas suffisante parce qu'elles n'ont pas toujours la possibilité d'accéder aux responsabilités managériales de haut niveau.

- la structure familiale : Les femmes dans les économies en transition ont souffert de la perception traditionnelle de leur rôle dans la société, et ces stéréotypes persistent (Erdem, 2002; Hovet, 2004). Aussi

[8] L'épouse du prophète, Kadjija, était une entrepreneur et une femme d'affaires.

leur réussite lorsqu'elle se lance dans les affaires est fonction du soutien de son conjoint (Fernandez, 1981).

Ces phénomènes cumulés font en sorte que les femmes entrepreneures dans les économies en développement, comme le Sénégal, ne sont pas toujours bien préparées à la création d'affaires. Ainsi, les entités créées ne sont pas toujours viables parce que les femmes entrepreneures ne sont pas toujours bien préparées à la phase de création : elles réalisent moins d'études de marché, d'études financières ou de prospections de leurs clientèles potentielles. Aussi, les femmes se lançant dans des projets de création de petites envergure, ont moins de chance de survie malgré le fait que les entreprises créées sont mieux intégrées aux processus sociaux.

De nombreuses études établissent que les entreprises créées par les femmes, une fois qu'elles ont franchi le seuil critique, se développent dans d'excellentes conditions. Ce n'est donc pas la « gestion féminine » qui est en cause, mais les conditions de démarrage qui n'offrent pas de stabilité suffisante[9].

C'est dans ce contexte socio-culturel, religieux et économique décrit, que s'inscrit cette communication qui a pour objet de proposer un modèle permettant le développement de l'entreprenariat féminin de « nécessité » au Sénégal. Ainsi, nous voulons faire des propositions et des réflexions sur :

- le profil des femmes entrepreneures au Sénégal,
- les caractéristiques des entreprises créées
- les obstacles que les femmes rencontrent dans la création d'entreprise au Sénégal
- la meilleure configuration entrepreneuriale garantissant le succès dans la création d'entreprise par les femmes entrepreneures au Sénégal

2. Justifications des choix méthodologiques

Nous procéderons par une étude quantitative basée sur l'administration d'un questionnaire auprès des femmes entrepreneures regroupés au sein de l'Association des Femmes Entrepreneures Indépendantes du Sénégal (AFEI), de l'union des femmes chefs d'entreprises du Sénégal (UFCE), de l'Association des femmes d'affaires et femmes commerçantes (AFAC), de l'Association des femmes pour la promotion de l'entreprenariat au Sénégal (AFEPES) et du Fonds national pour la promotion de l'entreprenariat féminin (FNPEF).

2.1. L'instrument de collecte de données

Basé sur des études similaires dans la littérature (Winn, 2005; Turan & Kara, 2007; Nguyen, 2005 ; Syed Shah, Zizah Che Senik et Fauzi Mohd, 2012) et sur des entretiens non structurés avec les acteurs impliqués dans la création aux entreprises (femmes entrepreneure, associations, ONG, Etat), un questionnaire a été mis au point pour la collecte des données pour cette étude. Ce questionnaire permettra de saisir, pour les femmes entrepreneures au Sénégal, les caractéristiques des entreprises créées, les difficultés rencontrées, les motivations à créer, le style de gestion, le mode de financement de l'activité, le rôle de l'entourage familial.

Le questionnaire utilisé comporte quatre sections :

- la première permettra de collecter des informations démographiques sur les femmes entrepreneures et sur les caractéristiques de l'entreprise créée.
- la deuxième collectera l'information sur les facteurs de motivation, les attitudes vis-à-vis de l'entreprenariat et les entrepreneures et les qualités nécessaires pour être entrepreneures.

[9] Etudes du Center for Women's Leadership (CWL), et de Catalyst Women, février 2004, croissance mésurée par le CA supérieure à la croissance moyenne.

- la troisième section comprendra des déclarations sur les problèmes rencontrés par les entrepreneurs (socio-culturelles, financières et institutionnelles).

- dans la quatrième section, les personnes interviewées sont appelées à indiquer l'importance de certains facteurs pour faciliter, accompagner la création d'entreprise par les femmes.

Plusieurs échelles ont mobilisées pour la formulation des questions. Il s'agit des échelles nominales, ordinales et Likert permettant de mesurer des attitudes.

Le questionnaire établi a été pré-testés auprès d'un échantillon de 10 femmes ayant créés ou repris une entreprise. L'objectif était de nous assurer que les attributs utilisés reflétaient bien les attentes, interactions réelles des entrepreneures lors de la création de leur entreprise.

2.2 Collecte de données et d'échantillonnage

Le questionnaire a été élaboré en français. Il était prévu si la personne interviewée ne parle pas français, d'administrer le questionnaire en « wolof » (langue la plus parlée au Sénégal). Les enquêteurs ont été formés à cet effet.

Les données collectées concernent essentiellement les femmes entrepreneures des villes de Dakar, Saint Louis, Diourbel et Ziguinchor. L'échantillon de cette étude est constitué de 61 femmes entrepreneurs répartis dans les zones ciblées comme ci-dessous :

Tableau 1 : Notre échantillon

Villes	Nombre de femmes entrepreneures interrogées
Dakar	31
Saint-Louis	10
Diourbel	10
Ziguinchor	10
Total…	**61**

La région de Dakar est sur-représentée parce qu'elle rassemble plus des 3/5 des entrepreneures au Sénégal.

Les femmes entrepreneures ayant réussies à mettre en place une PME de chaque organisation ont été les répondants.

2.3 Outils statistiques

A partir du logiciel Spss 10.0, une description de chaque variable sera proposée. L'analyse descriptive se réfère à la transformation pour décrire un ensemble de facteurs qui les rendent faciles à comprendre et à interpréter (Sekaran, 2000; Zikmund, 2000). Cette analyse permettra de proposer, à partir du calcul des fréquences une distribution des femmes entrepreneures selon l'âge, la situation matrimoniale, le nombre d'enfant à charge…

Pour s'assurer de la fiabilité des échelles de mesure nous avons mobilisés l'alpha de Cronbach. C'est un coefficient qui mesure la cohérence interne d'une échelle construite à partir d'un ensemble d'items (Carricano et Poujol, 2008). Pour Nunnally et Bernstein (1994), ce coefficient doit être supérieur à 0,8 dans une recherche fondamentale.

3. Résultats

3.1. Profil des femmes entrepreneures…

Les femmes entrepreneurs au Sénégal ont pour la majorité (77%) plus de 30 ans. Essentiellement marié (54,1%) avec en moyenne 4 enfants. Musulmane pour l'essentiel (94%) elles ont un niveau scolaire relativement moyen (on note également des femmes qui ne sont pas scolarisées (1%)).

Les femmes entrepreneures étudiées ont des enfants en charge (77%) dont plusieurs sont mineures (en moyenne 2).

Dans ce contexte, plusieurs phénomènes peuvent entraver l'esprit de création des femmes : l'influence du mari, la conciliation de la vie familiale et de la vie professionnelle, la prise en charge des enfants.

69,9% des femmes estiment que leur situation matrimoniale a une influence sur leurs activités. Pour la prise en charge des enfants, les femmes sont aidées par des ménagères (55,7%) et par certains membres de la famille (29,5%).

65,6% pour des femmes interrogées ont créés leur entreprise, tandis 34,4% des femmes ont repris une entreprise ou affaire existante. Elles sont dans les affaires depuis, en moyenne, 4 ans. 55,7% ont une expérience antérieure significative dans le domaine d'activité où elles évoluent (voir tableau 2).

Tableau 2 : Description du profil des femmes entrepreneures

Items	Fréquences (%)
Age des femmes entrepreneurs	
21 à 30 ans	*23*
31 à 40 ans	*63,9*
41 à 55 ans	*13,1*
Situation matrimoniale	
Célibataire	*18*
Marié	*54,1*
Veuf	*18*
Divorcé	*9,8*
Nombre d'enfants	
Moins de 2 enfants	*8,2*
De 3 à 5 enfants	*52,5*
De 6 à 10 enfants	*27,9*
Religion pratiquée	
Musulmane	*94*
Catholique	*3,4*
Protestant	*0,6*
Niveau d'études	
Alphabétisation	*1*
Primaire	*27,5*
Secondaire	*55,4*
Supérieure	*16,1*

Position dans la famille	
Ainée	*30,5*
Cadette	*20,1*
Autres	*39,4*

3.2. Caractéristiques des entreprises créées

Les entreprises ou affaires créées par les femmes sont majoritairement de petites entreprises (au sens de la charte des PME au Sénégal) (88,5%). Les femmes évoluent dans le commerce (26,2%), l'agroalimentaire (23%), les services (16,4%) et la restauration (11,5%) pour l'essentiel (voir tableau 3).

Elles évoluent souvent en marge de la législation car, seulement 63,9% font des déclarations régulières auprès des impôts. Les raisons qui ont motivé la création de leur affaire sont nombreuses. On peut retenir entre autre: l'autonomie que procure la gestion de sa propre activité, l'insatisfaction éprouvée par certaines femmes en tant que salarié, la flexibilité des horaires (qui donne beaucoup plus de temps pour s'occuper de sa famille), l'accomplissement personnel, la saisie d'une opportunité et la reconnaissance de l'extérieure.

Avec l'amenuisement des ressources du foyer (le mari à la retraite, sans travail ou ayant des revenu faible), les femmes sont obligées de se lancer dans la recherche de ressources complémentaires pour subvenir aux besoins de la famille. Cela explique la petite taille de l'affaire qui est montée et l'esprit de solidarité qui s'organise autour de cela (aider les autres membres de la famille, faire les choses ensemble). Aussi, pour les entreprises où la femme qui l'a créée est seule, 18% seulement souhaite ouvrir le capital de leur entreprise aux amis (24,6%), aux maris (6,6%) et frères/Sœurs (6,6%).

Tableau 3 : Caractéristique de l'affaire créée

Items	Fréquences (%)
Secteurs d'activité	
Commerce	*26,2*
Services	*16,4*
Agroalimentaire	*23,0*
Restauration	*11,5*
Soin de santé	*9,8*
Services aux personnes	*3,3*
Transport	*3,3*
Textile	*6,6*
Statut juridique	
Entreprise individuelle	*41*
SARL	*41*
GIE	*18*
Effectifs salariés dans l'affaire	
De 1 à 20 salariés	*88,5*
De 21 à 250 salariés	*11,5*
Propriétaire unique	
Oui	*63,9*
Non	*36,1*

3.2. Style de gestion adoptée

Les femmes interrogées privilégient dans la gestion de leur affaire la rentabilité (73,8%) et la proximité avec les salariés et les clients. Cela s'explique par le fait que les structures étant petite elles sont bien intégrées aux processus sociaux. Ainsi, il n'est pas interdit de s'immiscer dans la vie privée des salariés (qui sont souvent des membres de la famille) (49%) car ayant un style paternaliste, elles doivent avoir une bonne qualité d'écoute des salariés et des clients (16,4%). Les femmes interrogées disent bénéficier des conseils de leur époux (59%) qui est impliqué dans la gestion de l'affaire (62,3%). Les enfants majeurs 44,3%) le sont aussi.

Les femmes interrogées appartiennent à un réseau de femmes d'affaire (57,4%) où elles sont relativement impliquées (44,2%). Ces réseaux sont une aide, parce que permettant d'accéder à une information riche et utilisable dans le déroulement de ses activités.

Pour la création, les femmes utilisent un ensemble de modalités : fonds propres (100%), appel à des amis (26,2%), par les tontines (45,9%), l'entourage familial (26,2%).

3.3. Les obstacles à la création

Les femmes sont confrontées à de nombreuses difficultés :

- difficultés d'accéder à des prêts bancaires : 38% des femmes interrogées disent avoir des problèmes pour contracter des prêts dans des systèmes conventionnels. Ces difficultés sont liées à la discrimination par rapport au genre (49,2%), aux garanties demandées (45,9%), au montage du dossier (39,3%), aux coûts excessifs des prêts (42,6%).
- Approbation du mari et le rôle de la femme dans la société : 83,6% des femmes disent avoir besoin de l'approbation du mari pour se lancer dans les affaires. 86,9% pensent que la société cantonne le rôle de la femme à celui de s'occuper du foyer. Aussi, certaines femmes (52,5%) estiment avoir eu besoin de l'approbation de la famille pour se lancer dans les affaires. Alors qu'être entrepreneur nécessite un pouvoir de prise de décision et une indépendance pour piloter son activité en toute liberté.
- la réticence des partenaires lorsque c'est une femme qui est leur interlocuteur (9,8%)

Au Sénégal, la construction d'un cadre institutionnel favorisant la création et le succès dans les affaires passe par :

- le changement de mentalité (83,6%) : la religion musulmane induit des interprétations de la religion qui relègue souvent la femme dans son rôle de « femme au foyer ».
- la création de structure d'accompagnement à la création d'entreprise (57,4%)
- un accès aux structures de financement plus aisé (77%)
- une meilleure visibilité des cas de réussite de femme (70,5%)
- la mise en réseau des femmes (67,2%)

4. DISCUSSION ET IMPLICATIONS

La paupérisation dans les pays en développement ayant entrainé la rareté des ressources a poussé les femmes à se lancer dans les affaires.

Le contexte de la création d'entreprise au Sénégal est fortement marqué par la religion, les traditions et les coutumes (Salman, El Abboubi et Henda, 2012). Pour beaucoup, la femme doit se cantonner aux activités « ménagères ». Ainsi, elle a besoin pour se lancer dans les affaires de l'autorisation ou de l'approbation du mari. Cela recoupe les résultats de Paterno et al. (2008) pour qui une femme, en contexte musulman, ne peut développer une activité sans l'autorisation du mari.

Dans notre étude les femmes entrepreneures créent ou reprennent des activités. Elles le font par choix ou par opportunités (Zapalska et al., 2005 et McClelland et al., 2005) ou pour permettre à la famille de subvenir à leurs besoins (DeMartino et Barbato, 2003) ou encore pour s'accomplir et être vu

différemment par la société. L'idée de se lancer dans les affaires reste une initiative personnelle. Toutefois, les femmes préfèrent la réaliser dans un cadre sécurisant où la famille joue un rôle prépondérant (sécurité, réconfort). Plusieurs auteurs confirment nos résultats en estimant que l'entourage familial joue un rôle important dans le processus entrepreneurial (Shabbir et Gregorio, 1996). Nos enquêtes montrent que la majorité des femmes entrepreneures au Sénégal ont eu le soutien du mari, de la famille et des enfants (Paturel et Arasti, 2006).

Une des motivations pour les femmes à se lancer dans les affaires est la possibilité offerte par la flexibilité dans les horaires. Cela donne la possibilité aux femmes entrepreneures de s'occuper de leur famille. Ces résultats recoupent ceux de Minnitti et Nardone, (2007), DeMartino et Barbato (2003) et Lambrecht et al., (2003) pour qui être entrepreneure permet d'aménager son temps et pouvoir s'occuper de sa famille.

Dans leur management, les femmes disposent de plus d'atout que les hommes. Elles sont souvent proches de leurs collaborateurs. Notre enquête nous a permis de dire qu'elles ont un management de proximité (Jaouen et Torres, 2008). Elles essaient de transférer leur rôle de mère dans l'entreprise et ainsi adopte un style paternaliste (Riebes, 2005). Ainsi, elles sont plus proches des collaborateurs et interviennent souvent dans leur vie privée. Ceci est une caractéristique du management dans les pays en développement, « les managers s'intéressent à la vie privée des employés et à leur bien-être, ce qui peut s'avérer tout à fait adéquat si on est face à un pays et à une culture basée plus sur des valeurs collectivistes qu'individualistes, avec une importance accordée à la famille et au groupe et au respect de la hiérarchie » (Cornet et Bonnivert, 2008).

Les femmes trouvent souvent dans le « mari » un véritable conseiller et soutien. Il est très impliqué dans la gestion de l'affaire.

Notre étude a montré que les femmes préfèrent courir le moins de risque possible et financer sur fonds propre la création. Cela confirment les résultats des travaux de Colemen, (2004) et de Constantinidis et al., (2005) car les femmes ont peur et ont aussi une aversion pour le risque lié à l'endettement. Elles sont réticentes aux prêts dans le système bancaire (Watson, 2006). Nos résultats font ressortir également que les femmes ont concomitamment recours à la famille, à la tontine aux amis pour financer leurs activités.

Les risques bancaires sont hors de leur portée car les banquiers sont méfiants et les coûts sont excessifs. Les garanties demandées et le montage de dossier constituent une autre difficulté à surmonter. Les femmes vivent souvent des discriminations liées au genre (Coleman, 2000, Orban, 2001).

Comme nous l'avons souligné, de nombreuses études soulignent la difficulté pour les femmes à concilier vie familiale/vie professionnelle (Ufuk et Ozgen, 2001). Les femmes ne souhaitent pas sacrifier l'harmonie dans la famille du fait de leur activité professionnelle. Ainsi, elles s'organisent d'une manière ou d'une autre pour assurer non seulement l'éducation des enfants, mais aussi l'organisation des tâches ménagères, souvent avec l'aide de ménagères ou de membres de la famille. Ainsi, l'entourage familial est un facteur déterminant de la réussite dans les affaires.

Nos enquêtes révèlent que les femmes appartiennent à des réseaux (associations de femmes). Ces derniers sont pour elles, une source d'informations pertinentes et utiles pour la réussite dans les affaires. Seulement, elles ne sont pas très impliqués par faute de temps.

Les femmes pour réussite dans les affaires sont souvent appelés à surmonter de nombreux obstacles :

- Elles doivent vaincre l'a priori culturel, religieux et traditionnel. Elles affirment être très souvent victimes de « comportements négatifs » dans la société (rôle de la femme). Dans les pays à dominance musulmane ou musulmane, les traditions, la coutume et la religion ont tendance à être confondu. Ainsi, certaines pratiques se justifient par des interprétations et des croyances ayant des fondements religieux. Cela limite l'autonomie et l'indépendance des femmes ;

- l'accès au financement et l'encadrement institutionnel. Les banques au Sénégal ne sont pas très développées et éprouvent des difficultés à financer la création d'entreprise. Les femmes estiment qu'avoir

un prêt bancaire est relativement difficile. Cela les poussent à exploiter des solutions alternatives : tontines, amis, famille.
Ainsi, les principaux défis auxquels les femmes sont confrontées sont relatifs à la perception que la société à vis-à-vis des femmes entrepreneures, à la difficulté de concilier vie familiale/vie professionnelle, à l'incapacité d'obtenir des prêts bancaires, au manque d'encadrement institutionnel. Ces résultats recoupent ceux de Turan et Kara (2007) et Young et Welsch (1993).

CONCLUSION

L'objectif de cette recherche était de proposer un modèle de l'entrepreneuriat féminin de nécessité dans les pays en développement cela en précisant d'une part le profil des femmes entrepreneures et les caractéristiques des entreprises créées ou reprise et d'autre part en discutant des motivations, attitudes, difficultés rencontrées et de l'encadrement institutionnel.
Notre étude a révélé que les femmes entrepreneures ont généralement plus de la trentaine d'années, n'ont pas souvent un niveau de scolarisation élevé et les activités dans lesquelles elles s'orientent sont souvent de faible ampleur et permettent généralement de subvenir aux besoins de la famille. Les affaires créées évoluent souvent dans l'informel car ne faisant pas toujours les déclarations au fisc. Cet entrepreneuriat de nécessité est caractéristique de l'entreprenariat féminin dans les pays en développement ayant de faible revenu. Ce qui les motive souvent c'est de subvenir aux besoins de la famille tout en étant des « mères » et des « épouses » au sens où la société le comprend. Avoir une affaire leurs permet d'être indépendantes et offre la possibilité de gérer leur emploi de temps.
Les activités créées ou reprises ont été financées essentiellement sur fonds propres et avec l'aide des amis, parents et la famille. C'est dire que l'entourage familial occupe une place prépondérante dans l'acte d'entreprendre. Il est difficile de concevoir la création d'entreprise sans la famille. Ainsi, le mari peut jouer un rôle encourageant (lorsqu'il soutien la femme et est impliqué) ou décourageant (lorsqu'il n'est pas en phase avec ce que veut faire la femme). Dans tous les cas, la femme a souvent besoin de l'autorisation ou de l'avis du mari sur le déroulement de l'activité.
Les femmes entrepreneures sont confrontées à de nombreuses difficultés :

- Elles sont des mères. Et lorsqu'elles ont des enfants mineures, elles ont besoin d'une assistance qu'elle trouve auprès des ménagères ou des membres de la famille.
- accès aux financements bancaires (par discrimination basée sur le genre, difficultés de monter des dossiers crédibles, les garanties demandées),
- peu ou pas accompagnées par les acteurs institutionnels (Etat, ONG, association). Souvent les femmes qui se lancent dans les affaires ne sont pas informées du dispositif existant pour les accompagner ;
- les femmes sont souvent confrontées à des stéréotypes renforcés par la tradition, la coutume et la religion (position d'infériorité de la femme, soumise à l'aval du mari, femme au foyer…).

Ces différents constats peuvent constituer les éléments d'un modèle de l'entrepreneuriat de « nécessité » dans les pays en développement.
Malgré l'apport de cette étude sur le débat concernant l'entreprenariat féminin, des limites doivent être soulevées. Malgré le fait d'avoir voulu prendre en compte la variété des situations des femmes (femmes en région urbaine, femmes en milieu rural), cette étude ne considère pas toutes les configurations entrepreneuriales. Les femmes entrepreneures ne constituent pas un groupe homogène. Les situations doivent être nuancées. Le poids de la tradition, de la coutume et de la religion est beaucoup plus fort en milieu rurale qu'en milieu urbain. Ainsi, il serait opportun d'examiner les situations entrepreneuriales des femmes de manière plus spécifique, lorsqu'elles évoluent, par exemple, dans des groupements de production, dans des coopératives…

BIBLIOGRAPHIE

Beltran, C.P., (2006), « Femmes, changement social et identité au Maghreb », *IEMed*, Collection Quaderns de la Méditerrania, n°7, p. 99-104.
Source : http://granada.academia.edu

Bird, B. et Brush, A, (2002), « Gendered perspective on organizational creation », *Entrepreneurship theory & practice*, vol. 26, n°3, p. 41-66.

Carrier, C., (2006), « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », *Gestion*, vol. 31, n°2, p. 36-50.

Coleman, S. (2000), « Access to capital and term of credit: a comparison of men-women-owned small business », *Journal of small business management*, vol. 38, n°3, p. 37-52.

Coleman, S., (2004), « Access to debt capital women and minority owned small firms: does educational attainment have an impact », *Journal of developmental entrepreneurship*, vol. 9, n°2, p. 127-143.

Constantinidis, Ch., Cornet, A. et Asandei, S., (2006), « Financing of women-owned ventures: the impact of gender and other owner- and firm-related variables », *Venture capital*, vol. 8, n°2, p. 133-157.

Constantinidis Ch., (2010), « Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures », *Revue française de gestion*, vol. 3, n°202, p. 186.

Cornet, A., Constantinidis, C., et Asandei, S., (2003), « Les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux », (résultats d'une recherche quantitative et qualitative Belgique francophone et germanophone), Projet Diane financé par le fonds social européen, *EGID*, Université de Liège, Décembre, p.67.

Cornet A. et Constantinidis, Ch., (2004), « Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées », *Revue française de gestion*, vol. 4, n°15, p. 191-204.

Cornet A. et Bonnivert S., (2008), « De l'importance d'introduire les contextes culturels et nationaux pour comprendre la relation leadership et genre », dans l'Agrh, *A quoi sert la GRH ?*, Actes du 19ème congrès, Dakar, Sénégal, p. 17.

Day-Hookoomsing, P., (2002), « La situation de la femme entrepreneur face à la nouvelle donne économique à l'île Maurice », dans l'AIREPME, *L'entrepreneur et le P.M.E. face aux transformations du monde des affaires*, Actes du 6ème Congrès international francophone sur la PME, HEC, Montréal, Octobre, p. 16.

Demartino, R. et Barbato, R., (2003), « Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators», *Journal of business venturing*, vol. 18, n°6, p. 815-832.

Denieuil, P. N., (2005), *Femmes et entreprises en Tunisie : essai sur les cultures du travail féminin*, L'harmattan, Paris, Collection socio-anthropologie, p. 170.

Diop C. A. (1982), *L'unité culturelle de l'Afrique noire*, 2ème Ed, Présence Africaine, Paris, 326p.

Doyle, W. et Young, J.D., (2001), « Entrepreneurial networks in the micro-business sector: examining differences across gender and business stage », *Journal of small business and entrepreneurship*, vol. 16, n°1, p. 40-55.

Eagly A. E et Johannesen-Schmidt M.C., (2001), « The leadership styles of women and men », *Journal of social*, vol. 4, n° (5-7), p. 781-797.

Fitzgerald, M.A. et Winter, M., (2001), « The intrusiveness of home based work on family life », *Journal of family and economic*, vol. 22, n°2, p. 75-92.

Gray K.R. et Finlez-Hervey J., (2005), « Women and entrepreneurship in Morocco: debunking stereotypes and discerning strategies », *International entrepreneurship and management journal*, vol. 1, n°2, p. 203-217.

Hien, F. K., (2002), « L'Entreprenariat féminin au Burkina Faso: une étude exploratoire », The CDS research report series, *Université de Croningen*, Burkina Faso, Septembre, p. 2-25.

Hughes, K.D., (2003), « Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership », *Gender, work and organization*, vol. 10, n°4, p. 433-454.

Jaouen A. et Torres O., (2008), *Les très petites entreprises : un management de proximité*, Hermès Lavoisier, London, p. 175-192.

Lambrecht, J., Pirnay, F., Amedodji, P. et Aouni, Z., (2003), Entrepreneuriat féminin en Wallonie, *Centre de recherche PME et d'entrepreneuriat*, Université de Liège et centre d'études pour l'entrepreneuriat, EHSAL, p. 231.

Lee-Gosselin, H., Housieaux, C. et Villeneuve, M., (2010), *Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale*, étude sur l'entrepreneuriat féminin, p. 98.

Source : www.crecn.qc.ca

Lituchy, T.R., et Reavley, M.A, (2004), « Women entrepreneurs: A comparison of international small business owners in Poland and the Czech Republic », Journal of international entrepreneurship, vol. 2, n° (1-2), p. 61-87.

Llussa, F., (2010), « Determinants of entrepreneurship: are women different? », *Faculdade de Ciências e Tecnologia*, Universidade Nova de Lisboa, November, p. 34.

Lynch, E., (2003), « Temps, autonomie et mobilités limités parmi les facteurs qui influent négativement sur les activités des femmes », *Résultats de l'étude sur le genre au Maroc* de la Women's World Banking, Octobre, p. 10.

Mcclelland, E., (2004), « Irish female entrepreneurs: mapping the route to internationalisation », *Irish journal of management*, vol. 25 n°2, p. 93-107.

Mcclelland, E., Swail, J., Bell, J. et Ibbotson, P., (2005), « Following the pathway of female entrepreneurs: a six-country investigation », *International journal of entrepreneurial behavior & research*, vol. 11, n°2, p. 84-107.

McGowan P., Redeker C.L, Cooper S.Y. et Greenan K., (2012), « Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: motivations, expectations and realities », *Entrepreneurship & regional development: an international journal*, vol. 24, n°(1-2), p. 53-72

Mejjati Alami R., (2006), « Femmes et marché du travail au Maroc », *Revue année du Maghreb*, CRN éditions, France, p. 287-304.

Source : http://anneemaghreb.revues.org/318

Minniti, M., Arenius, P., et Langowitz, N., (2004), « Global monitor entrepreneurship, report on women and entrepreneurship », Babson Park, *MA: Center for Women's Leadership at Babson College*, p. 40.

Minniti, M. et Nardone, C., (2007), « Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship », *Small business economics*, vol. 28, n° (2-3), p. 223-283.

Mukhtar S.M., (2002), « Differences in male and female management characteristics: a study of owner-manager businesses », *Small business economics*, vol. 18, n°3, p. 289-310.

Orban, M., (2001), « Women business owners in France: the issue of financing discrimination », *Journal of small business management*, vol. 39, n°1, p. 95-102.

Pardo-del-Val, M., (2010), « Services supporting female entrepreneurs », The Service Industries Journal, vol. 30, n° 9, p. 1479-1498

Paterno, A., Gabrielli, G. et D'Addato, A.V., (2008), « Travail des femmes, caractéristiques familiales et sociales: le cas du Maroc », *Cahiers québécois de démographie*, vol. 37, n°2, p. 263-289.

Paturel, R. et Arasti, Z., (2006), « Les principaux déterminants de l'entreprenariat féminin en Iran », dans l'AIREPME, *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales*, Actes du 8ème Congrès international francophone sur la PME, Fribourg, Suisse, p. 23.

Phillips, D. J., (2002), « A genealogical approach to organizational life chances: the parent-progeny transfer among Silicon Valley law firms 1946-1996 », *Administrative science quarterly*, September, vol. 50, n°3, p. 474-506.

Ponson, B., (2002), « L'entrepreneuriat féminin dans l'océan indien : identités et mutations », dans l'AIREPME, *L'entrepreneur et le P.M.E. face aux transformations du monde des affaires*, Actes du 6ème Congrès international francophone sur la PME, HEC- Montréal, Octobre, p. 18.

Rachdi, F., (2006), « L'entreprenariat féminin au Maroc : une étude exploratoire », dans l'AIREPME, *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales*, Actes du 8ème Congrès international francophone en entreprenariat féminin et PME, Fribourg, Suisse, p. 19.

Rajemison S., (1995), « Femmes entrepreneurs et dynamique entrepreneuriale : le cas de Madagascar », *Les facteurs de performance de l'entreprise*, Ed. AUPELF-UREF, John Libbey Eurotext, Paris, p. 227-236.

Riebe, M., (2005), « The leadership style of women entrepreneurs: an alternative model of successful management practices », Actes du 50ème congrès international de l'international council for small business, Washington, 16-18 Mai, p.10.

Robichaud, Y., Lebrasseur, R., Riverin, N., et Zinger, J.T., (2006), « L'influence des motivations pression-attraction («Push-Pull») sur la conduite d'une Petite Entreprise lors de la phase de création: une comparaison

hommes/femmes », dans l'AIREPME, *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales*, Actes du 8ème Congrès international francophone en entreprenariat féminin et PME, Fribourg, Suisse, p. 19.

Robichaud, Y., Zinger, J.T., et LeBrasseur, R., (2007), « Gender differences within early stage and established small enterprises: an exploratory study », *International entrepreneurship and management journal*, vol. 3, n°3, p. 323-343.

Rosener J.B., (1991), « Ways women lead », University of California, *Irvine*, Comment in Harvard business review, vol. 69, n°1, p. 119-125.

Schindehutte, M., Morris, M., et Brennan, C., (2003), « Entrepreneurs and motherhood: impacts on their children in South Africa and the United States », *Journal of small business management*, vol. 41, n°1, p. 94-107.

Shabbir, A. et Di Gregorio, S., (1996), « An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan », *Journal of business venturing*, vol. 11, n°6, p. 507-527.

St-Cyr, L., (2001), « Banque de données sur les entrepreneures québécoises », Rapport présenté au Ministère de l'Industrie et du Commerce, Montréal : *Chaire de Développement et de Relève de la PME*, École des HEC, p. 219.

Tozy, M, El Ayadi, M. et Rachik, H., (2007), *L'Islam au Quotidien : Enquête sur les Valeurs et Pratiques Religieuses au Maroc*, Prologues, Collection Religion et société, Casablanca, p. 272

Ufuk, H. et Ozgen, O., (2001), « Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey », *Journal of business ethics*, vol. 31, n°2, p. 95-106.

Verheul I., Van Stel A. et Thurik R., (2001), « Start-up capital: does gender matter? », *Small business economics*, vol. 16, n°4, p. 329-345.

Wacheux, F., (1996), *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*, Economica, Paris, p. 290.

Watson, J. et Robinson, S., (2003), « Adjusting for risk in comparing the performances of male-and female-controlled SMEs », *Journal of business venturing*, vol. 18, n°6, p. 773-788.

Watson, J., (2006), « External funding and firm growth: comparing female- and male- controlled SMEs », *Venture capital*, vol. 8, n°1, p. 33-49.

Yordanova, D. I., (2011), « The effects of gender on entrepreneurship in Bulgaria: An empirical study », International journal of management, vol. 28, n°1, p. 289-305.

Zapalska, A.M., Bugaj, M.N, et Rudd, D., (2005), « Female entrepreneurship in transition polish economy », *Problems and perspectives in management journal*, vol. 2, p. 32-39.

Xie J.L, et Whyte G., (1997), « Gender differences among managers and non-managers: an analysis of assessment data », *Revue canadienne des sciences de l'administration*, vol. 14, n°3, p. 340-353.