



Centre des Etudes Doctorales : Sciences Economiques et Gestion

**Laboratoire de Recherche : Laboratoire Interdisciplinaire de
Recherche en Economie, Finance et Management des Organisations
(LIREFMO)**

**Thèse pour l'obtention du Doctorat
En Sciences Economiques et Gestion**

Sous le thème :

**DE LA PROPENSION A L'ACTE
ENTREPRENEURIAL : LE PROCESSUS
ENTREPRENEURIAL A L'EPREUVE DU GENRE
AU MAROC**

Sous la direction de :

Pr. Asmae DIANI

Réalisée et soutenue par :

Mme. Salwa ALIGOD

Membres de Jury :

Pr. Asmae DIANI	PES FSJES - Fès	Présidente
Pr. Bouchra DEBBAGH	PES FSJES - Fès	Rapporteur
Pr. Youssef EL YAACOUBI	PES ENCG - Fès	Rapporteur
Pr. Samira BOUNID	PH FP - Larache	Rapporteur
Pr. Amina MAGDOUD	PH FSJES - Fès	Suffragant
Pr. Fatima Zahra MADHAT	PH EST - Fès	Suffragant

Année universitaire : 2020/2021



A Allah le tout puissant : « Gloire à Toi ! Nous n'avons du savoir que ce que Tu nous as appris. Certes c'est Toi L'Omniscient, Le Sage »
[Sourate 2 versé : 32]

A maman et papa : Sources de mes joies, secrets de ma force

A mon frère et ma sœur : Modèles et source d'inspiration

A mon époux : Mon pilier, ma source de bonheur et d'amour

*A ma très douce Yasmine : Mon rayon de soleil et ma plus grande
fierté*

REMERCIEMENTS

« الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات »

Conduire une recherche doctorale c'est se lancer dans une aventure !

Enfin, me voici au bout de cette belle aventure, tumultueuse et difficile, mais très enrichissante personnellement et professionnellement et dont l'aboutissement a nécessité le concours de beaucoup d'intervenants. En ce moment propice, l'honneur m'échoit de leur adresser un message de remerciement.

En premier lieu, je présente mes meilleurs remerciements, ma gratitude et tout mon respect à ma directrice de thèse, professeur **Asmae DIANI**, dont les conseils avisés, la rigueur scientifique, l'art de faire des suggestions précieuses, le soutien infaillible à tout moment et l'attitude inspirante m'ont permis d'entreprendre ce projet autrement difficile. En plus de sa reconnaissance de mes efforts qui m'encourageait et de sa sensibilité à mes difficultés qui me rassurait, sa perspicacité et ses qualités scientifiques et humaines font d'elle la clef de voûte de l'aboutissement de cette réalisation. Je lui sais gré de la confiance qu'elle m'a témoignée depuis mon Master et tout au long de ces années de doctorat.

Mes sincères remerciements vont à Mesdames **Bouchra DEBBAGH**, **Samira BOUNID** et Monsieur **Youssef EL YAACOUBI** pour m'avoir fait l'honneur de participer à mon jury de thèse en acceptant d'en être les rapporteurs. De même, mes sentiments de gratitude sont adressés aux professeurs **Amina MAGDOUD** et **Fatima Zahra MADHAT** d'avoir aimablement accepté d'évaluer mon travail et de siéger au jury en tant que suffragants. Un GRAND merci mes chers professeurs pour votre temps précieux et votre grande contribution.

Bien entendu, j'exprime des remerciements tout particuliers aux entrepreneurs qui ont accepté de me consacrer du temps et de me livrer leurs récits lors de nos entretiens. Leur mobilisation, la sincérité et la densité de leurs propos donnent tout leur sens aux analyses menées dans cette recherche. Tout mon respect à ces braves hommes et femmes qui font la fierté de notre Maroc.

Je profite de cette occasion pour rendre hommage à tous mes enseignants, de la crèche au Master. Sans eux, sans la passion qui les anime, leur volonté de transmettre leur

savoir, je ne serais sans doute pas entrain de rédiger ces lignes. Je remercie particulièrement Monsieur **Abdelkarim MOUSSA**, le grand professeur qui a marqué mon cursus universitaire par sa pédagogie, son éloquence, ses encouragements et ses qualités scientifiques et humaines inspirantes. Grâce à vous j'ai pu me surpasser et je vous en serai éternellement reconnaissante. Vous avez tout mon respect et ma gratitude.

Je pense ensuite à toutes celles et ceux qui ont contribué, tout au long de ces années, de près ou de loin, parfois même sans le savoir, à l'avancée de mes réflexions et l'achèvement de ce parcours universitaire. Mes remerciements vont ainsi au personnel administratif et pédagogique de la FSJES-Fès pour leur disponibilité, leur soutien et leur grand professionnalisme.

Par ailleurs, ce travail de longue haleine n'aurait pas pu être mené à terme sans le soutien indéfectible et sans limite de ma famille bien aimée. Aucun mot ne pourrait exprimer ma gratitude, mon amour et mon respect pour mes parents. Si j'en suis là aujourd'hui, c'est grâce à vous. À votre générosité, vos prières, votre tendresse, votre amour et votre confiance. Vous avez toujours été là, vous l'êtes encore et je sais que vous le serez jusqu'à la fin. Alors je voulais vous dire MERCI mille fois. Du plus profond de mon cœur. Que ce travail soit pour vous une raison pour être fiers de tout ce que vous avez fait.

Un énorme Merci à **ma sœur, mon frère et mes beaux-parents** pour m'avoir soutenue, comme ils l'ont toujours fait, dans ce projet.

Une pensée particulière à mon époux **Mouad** pour son soutien sans relâche, sa patience, et son enthousiasme pour mon travail. Merci de m'avoir conduit à ce jour mémorable.

Une pensée affectueuse à ma princesse **Yasmine** qui comprendra certainement les raisons de mon « indisponibilité » ces dernières années.

Je ne pourrais passer sous silence le grand réconfort de **mes amis**. Merci de m'avoir chaleureusement encouragé et d'avoir toujours été là pour me soutenir.

Sincère reconnaissance à quiconque aura concouru à l'édification de la présente œuvre pour laquelle patience et courage auront été vivement de rigueur.

De tout cœur, merci.

RESUME

L'entrepreneuriat est une importante composante du monde des affaires contemporain. Il est considéré comme un moteur de croissance économique et sociale à l'échelle mondiale, et en particulier dans les pays en voie de développement où il est de plus en plus encouragé pour régler les problématiques de sous-emploi et de chômage. Toutefois, les niveaux relativement faibles de l'entrepreneuriat au Maroc, notamment l'entrepreneuriat féminin restent très apparents. En 2019, plus de 40% des marocains ont exprimé l'intention de créer une entreprise face à un TAE d'uniquement 11% (GEM, 2020). D'autant plus, cet écart entre l'intention et l'acte entrepreneurial n'est plus important chez les femmes qui semblent avoir moins de chance à réussir en tant qu'entrepreneure. Malgré les efforts déployés par les différents acteurs de l'écosystème entrepreneurial au Maroc en vue de développer l'entrepreneuriat notamment féminin, les écarts liés au genre et à l'intention-acte entrepreneurial persistent. Les raisons derrière ces écarts sont, par ailleurs, peu étudiées. Depuis les travaux de Gartner (1985), les chercheurs s'attèlent à comprendre l'entrepreneuriat en tant que processus. S'inscrivant dans cette lignée, cette thèse se propose d'explorer les singularités du processus entrepreneurial dans un contexte spécifique, le Maroc. En mobilisant le cadre théorique du féminisme social et libéral ainsi que le modèle du processus entrepreneurial développé par Tounés (2003), cette recherche présente d'abord une revue compréhensive de la littérature sur le genre et l'entrepreneuriat afin d'identifier les facteurs qui favorisent ou inhibent le passage de l'intention à l'acte entrepreneurial et si ces derniers diffèrent selon le sexe de l'entrepreneur. L'étude empirique s'inscrit dès lors dans une perspective interprétative et mobilise une méthodologie qualitative. A travers des entretiens semi-directifs menés auprès de 19 entrepreneurs, ce travail vise à explorer le processus entrepreneurial et les expériences vécues par les entrepreneurs masculins et féminins afin de comprendre les éventuelles implications du genre sur l'aventure entrepreneuriale et identifier les principaux leviers et obstacles à l'entrepreneuriat au Maroc. Les résultats indiquent d'abord l'hétérogénéité des femmes entrepreneures et l'émergence de nouvelles catégories concernant la manière dont celles-ci perçoivent et gèrent l'impact du genre sur leur expérience entrepreneuriale. D'autres résultats

clés soulignent l'incapacité des facteurs *push* et *pull* à saisir pertinemment le phénomène des motivations entrepreneuriales (opportunité vs nécessité) qui à l'encontre du genre apparaissent comme un thème majeur dans le cadre de ce travail. Des similitudes sont également apparues entre les entrepreneurs masculins et féminins quant à leurs expériences et leurs attitudes envers un certain nombre de questions liées à l'entrepreneuriat ce qui limite le pouvoir explicatif des théories féministes et attire l'attention sur le potentiel explicatif de la théorie de l'effectuation dans le contexte marocain. Soutenus par leur entourage et par des mécanismes de résilience développés en interne, les entrepreneurs interviewés dans le cadre de cette étude ont pu faire face aux obstacles liés à une culture contraignante, un écosystème incohérent et une grande lourdeur fiscale et administrative. Ils ont réussi à traduire leur propension en acte entrepreneurial en donnant naissance à leurs entreprises.

Mots clés :

Genre, processus entrepreneurial, théories féministes, Maroc, écart du genre, écart intention-action

ABSTRACT

Entrepreneurship is a significant component of the contemporary business world. It is considered as an engine of economic and social growth worldwide, especially in developing countries. However, the comparatively low levels of entrepreneurship in Morocco, especially low rates of female entrepreneurship are very apparent. In 2019, more than 40% of Moroccans have expressed the intention to start a business, But only 11% did (GEM, 2020). Moreover, this intention- action gap is more important among women who seem to be less likely to succeed as entrepreneurs. Despite the efforts made by various actors of the entrepreneurial ecosystem in Morocco to promote entrepreneurship, the gender gap and the intention-action gap persist. The reasons behind these differences are, however, little studied. Since the work of Gartner (1985), researchers have been trying to understand entrepreneurship as a process. Following this framework, our thesis explores the singularities of the entrepreneurial process in the specific context of Morocco. Based on the theoretical framework of social and liberal feminism as well as the model of the entrepreneurial process developed by Tounés (2003), this research presents a comprehensive literature review on gender and entrepreneurship. It seeks to identify the factors that facilitate or inhibit the transformation of intentions to effective actions and whether these factors differ according to the gender of the entrepreneur. The empirical study is therefore, based on an interpretative approach and uses a qualitative methodology. Through semi-structured interviews among 19 entrepreneurs, this work aims to explore the entrepreneurial process and the lived experiences of male and female entrepreneurs in order to understand the possible implications of gender on the entrepreneurial process and to identify the main levers and obstacles to entrepreneurship in Morocco. The results indicate the heterogeneity of female entrepreneurs leading to the emergence of new categories regarding how they perceive and manage the impact of gender on their entrepreneurial experience. Further key findings highlight the inability of pull and push factors to adequately capture the phenomenon of entrepreneurial motivations (opportunity vs. necessity), which emerge as a major theme in this research. Similarities also emerged between male and female entrepreneurs in their experiences and attitudes towards a number of entrepreneurial

issues, which limits the explanatory power of feminist theories and draws attention to the explanatory potential of effectuation theory in the Moroccan context. Supported by their relatives and their proper resilience mechanisms, the entrepreneurs interviewed in this study were able to face the obstacles related to a constraining culture, an inconsistent ecosystem, and cumbersome administrative procedures and tax. They succeeded to transform their propensity into an entrepreneurial act by launching their businesses.

Keywords :

Gender, entrepreneurship process, feminist theories, gender gap, intention-action gap

SOMMAIRE

Introduction générale

PARTIE I. GENRE ET ENTREPRENEURIAT : REVUE DE LITTÉRATURE ET PROBLEMATISATION EN CONTEXTE

Chapitre 1. Lecture paradigmatique du champ de l'Entrepreneuriat

Section 1 : Fondements théoriques de la recherche en Entrepreneuriat

Section 2 : Paradigmes de recherche en entrepreneuriat

Section 3 : Le processus entrepreneurial : une orientation dominante dans la recherche en entrepreneuriat

Chapitre 2. Genre et Entrepreneuriat dans la littérature

Section 1 : Cadrage méthodologique de notre revue de littérature

Section 2. Positionnement conceptuel du Genre

Section 3. Le processus entrepreneurial sous le prisme du genre

Chapitre 3. Genre et dynamique entrepreneuriale dans le contexte marocain

Section 1 : Situation économique et sociale du Maroc

Section 2 : La dynamique entrepreneuriale en contexte marocain

Section 3 : L'approche genre en contexte : pour un accès équitable à l'emploi

PARTIE 2 : ÉTUDE EMPIRIQUE : PERSPECTIVE GENREE DES PROCESSUS ENTREPRENEURIAUX

Chapitre 4 : Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche

Section 1 : Fondement épistémologique de la recherche

Section 2 : Démarche méthodologique de la recherche

Chapitre 5. Le Processus entrepreneurial à l'épreuve du genre au Maroc

Section 1 : Les entrepreneurs en contexte

Section 2. Le processus entrepreneurial genré : Spécificités, leviers et obstacles

Chapitre 6 (conclusif): Discussion et mise en perspective des résultats de la recherche

INTRODUCTION GENERALE

I. Genre et processus entrepreneurial : Genèse de la problématique de recherche

Aussi bien dans les pays développés que dans ceux en voie de développement, l'entrepreneuriat suscite un grand intérêt parmi les chercheurs, les praticiens et les décideurs, notamment quant à son apport au développement économique et social. Toutefois, si l'entrepreneuriat est de plus en plus promu comme un levier important de l'essor économique, le lancement d'une entreprise semble être particulièrement désavantageux pour les femmes, qui semblent avoir beaucoup moins de chances à réussir en tant qu'entrepreneures. Ces dernières ne dirigent désormais qu'un tiers de toutes les entreprises de l'économie formelle à travers le monde (Organisation internationale de travail, 2016). Cependant, la majorité de celles qui opèrent dans les économies en développement restent confinées à des micro-entreprises au potentiel de développement et de croissance très limité.

Si on cherche à comprendre les origines de cet écart en remontant dans l'histoire, on trouve que l'entrepreneuriat a toujours été un phénomène « genré » et basé sur l'hypothèse qu'il est naturellement un entrepreneuriat masculin (Hill *et al.*, 2006). En outre, la littérature portant sur l'entrepreneuriat a pendant longtemps considéré les entreprises portées par des hommes comme le modèle normal des affaires (Baker *et al.*, 1997) et que lorsque les femmes créent leurs propres entreprises, elles entrent dans une situation construite et dominée par les hommes et doivent donc s'adapter et fonctionner selon les règles établies par ces derniers. Même si une tendance au changement a été observée ces dernières années, l'écart du genre (*gender gap*) en entrepreneuriat persiste dans presque tous les pays du monde (Seulement six économies parmi les 49 étudiées par le GEM en 2018 affichent à peu près les mêmes Taux d'Activité Entrepreneuriale (TAE)¹ entre femmes et hommes).

Le Maroc, société musulmane et patriarcale, n'échappe pas à cette réalité. Il affiche l'un des taux les plus faibles en matière d'égalité du genre (*gender equality*) en entrepreneuriat malgré les efforts notables consentis par les pouvoirs publics, le secteur privé et la société civile pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin. Le nombre de femmes entrepreneures stagne autour de 10 à 12% du nombre total des entrepreneurs. Elles sont essentiellement concentrées dans les grandes villes comme

¹Le TAE regroupe les entrepreneurs naissants (entre 0 et 3 mois) et les entrepreneurs/dirigeants des entreprises nouvellement créées (entre 3 et 42 mois).

Rabat et Casablanca. La croissance de leurs entreprises très limitée avec un chiffre d'affaires généralement faible (BIT, 2016).

Par ailleurs, le dernier rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) portant sur la situation de l'entrepreneuriat au Maroc révèle des écarts alarmants (Bosma *et al.*, 2020). Il s'agit notamment des écarts liés au genre de l'intention à l'acte entrepreneurial. En effet, l'intention entrepreneuriale des marocains atteint les 41,9% face à un TAE d'uniquement 11,4% en 2019. En outre, la répartition du TAE selon le genre fait ressortir un TAE masculin de 15,1% et un TAE Féminin de seulement 7,8%. Ces taux restent modestes si l'on considère l'arsenal de programmes et dispositifs mis en place² pour promouvoir la culture entrepreneuriale dans la société marocaine et encourager la création d'entreprise. Toutefois les écarts liés au genre et intention-acte entrepreneurial persistent et les raisons explicatives de ces derniers sont, par ailleurs, peu étudiées.

En analysant les trajectoires des entrepreneurs marocains, notre thèse se propose d'explorer les singularités du processus entrepreneurial marocain. L'objectif étant de comprendre les éventuelles implications du genre sur ce processus. Plus concrètement, Il s'agit d'apporter des éléments de réponse à la question de recherche suivante:

Comment le genre agit-il sur le processus entrepreneurial dans le contexte marocain ?

Cette question renvoie à quatre principaux objectifs qui seront déclinés en sous question de recherche.

Objectif 1 :

Proposer un cadre fédérateur de la recherche en entrepreneuriat autour du paradigme du processus entrepreneurial.

Qu'est ce qui caractérise la recherche en entrepreneuriat ? Peut-on parler d'un paradigme fédérateur pour comprendre le phénomène entrepreneurial dans sa globalité et dans la diversité de ses approches ?

Objectif 2 :

²Il s'agit entre autre des mesures institutionnelles, fonds de financement et d'investissement, programmes d'accompagnement et d'incubation (à titre d'exemple : le deuxième axe de la 3^{ème} phase de l'INDH dédié à l'appui à l'entrepreneuriat des jeunes, programme Min Ajliki, 1000 fikra...)

Comprendre l'écart du genre en entrepreneuriat à travers une revue compréhensive de la littérature.

Comment les recherches antérieures expliquent-t-elles l'écart du genre en entrepreneuriat ?

Objectif 3 :

Comprendre les singularités de l'entrepreneuriat, notamment féminin dans le contexte marocain.

Quelles sont les spécificités de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur marocain ?
Quelle est la place de la femme dans la création de la valeur ajoutée économique ?

Objectif 4 :

Explorer les processus entrepreneuriaux afin de comprendre les éventuelles implications du genre et du type d'entrepreneuriat (opportunité/nécessité) sur ces processus.

Quelles sont les sources de l'écart du genre et l'écart intention-acte en entrepreneuriat au Maroc ? Ces derniers se manifestent-t-il de la même manière chez tous les types d'entrepreneurs (hommes versus femmes ; nécessité versus opportunité)?

II. Intérêt de la recherche

Le champ de l'entrepreneuriat ne peut se contenter des études en aval, notamment celles concernant l'acte entrepreneurial, les entreprises créées et leur développement. Les recherches qui s'opèrent en amont permettent de mieux expliquer, enrichir et consolider celles qui se font sur la base du comportement observé (Tounés, 2003). En outre, les études sur le genre et l'entrepreneuriat ont pendant longtemps porté sur une exploration purement descriptive, dépourvue de focalisation théorique et assimilaient généralement le genre au sexe (Henry et al., 2016). L'écart du genre en entrepreneuriat a été aussi largement documenté dans la littérature sans pour autant concerner le processus entrepreneurial dans sa globalité. Nous situons ainsi l'ambition du présent travail à un triple niveau, théorique, méthodologique et empirique.

Sur le plan théorique

Avant d'entamer cette thèse, nous nous sommes attachée à identifier les limites des travaux antérieurs sur l'entrepreneuriat et le genre et d'identifier les nouvelles perspectives de recherche qui se profilaient dans la littérature sur le champ.

Plusieurs travaux sur le genre et l'entrepreneuriat se concentrent particulièrement sur l'entrepreneuriat féminin plutôt que sur la prise en considération des entrepreneurs masculins et féminins dans une perspective comparative. Ils considèrent de façon non productive le sexe biologique et ne permettent pas d'offrir des solutions à la marginalisation continue des femmes en entrepreneuriat (Muntean and Ozkazanc-Pan, 2015). Selon De Bruin et al, (2006). Plusieurs recherches utilisent des mesures parfois inappropriées ou sexistes, elles incluent des études comparatives entre hommes et femmes dans lesquelles le rôle subordonné des femmes est constamment mis en évidence (Ahl, 2006) ce qui restreint le développement du champ. De plus, selon Greene *et al.*, (2003) dans leur méta-analyse de la littérature, 94% des articles dans le champ sont des études empiriques et n'ont pas de cadre théorique rigoureux. Par ailleurs, la recherche sur l'entrepreneuriat féminin a été critiquée pour son incapacité à s'engager dans la construction de la théorie ou à mobiliser la théorie générée par la pensée féministe. Afin de combler ce gap, plusieurs auteurs appellent les chercheurs à s'inscrire dans de nouvelles voies de recherche (Ahl, 2006; Ahl et Nelson, 2010; Hughes *et al.*, 2012) et la mobilisation des approches féministes a été largement recommandée (Henry, Foss et Ahl, 2016). Par conséquent, le présent travail fournit un cadre permettant d'analyser les résultats des recherches antérieures à travers la mobilisation de la théorie féministe sociale et libérale. En juxtaposant les résultats de la littérature existante et en offrant des explications à partir de ces théories, les forces et les faiblesses de la perspective féminine seront ainsi appréhendées.

Sur le plan méthodologique

Ce travail fait écho aux appels à la mobilisation des méthodes d'analyse qualitative qui permettraient de mieux comprendre «*l'entrepreneuriat en soi, comme une activité générée*» (Jennings and Brush, 2013). La méthode des cas mobilisée se prête aisément à l'analyse des processus entrepreneuriaux dans la mesure où elle vise à saisir en profondeur le fonctionnement d'un système, porte sur des phénomènes contemporains non dissociés de leur contexte et mobilise plusieurs sources de données (Yin, 2009).

En effet, comprendre le processus entrepreneurial dans le contexte marocain suppose d'approcher les acteurs entrepreneurs afin d'explorer leur expérience entrepreneuriale dans ses moindres détails. le recours aux approches qualitatives permet d'analyser les mots et les expressions ce qui présuppose un sentiment d'évidence, de proximité et une grande capacité d'empathie (Soler, 2000, dans, Allard-Poesi et Perret, 2014). Sur le plan méthodologique, ces approches permettront d'explorer les choses que nous ne savons pas encore et, surtout, les choses que nous voulons et devons savoir sur le genre et l'entrepreneuriat au Maroc.

Sur le plan empirique

Partant de la croyance largement partagée que la compréhension d'un problème constituerait la moitié de la solution, le présent travail tente de comprendre les raisons derrière les écarts du genre et l'intention-acte entrepreneurial au Maroc. Si l'Etat marocain ainsi que tous les acteurs de l'écosystème entrepreneurial témoignent d'une grande volonté pour promouvoir l'entrepreneuriat, notamment féminin, les dispositifs mis en place n'arrivent pas, par ailleurs, à combler ces gaps.

Dans la recherche sur le genre et l'entrepreneuriat, de nombreuses études n'incluent pas les hommes entrepreneurs dans leur échantillon ce qui ne permet pas de comparer l'expérience entrepreneuriale féminine et masculine. De plus, cette limite ne permet pas non plus de comprendre si les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures sont dues à leur sexe ou s'il s'agit seulement de problèmes que tout entrepreneur, homme ou femme, est susceptible de rencontrer. Par conséquent, le présent travail porte aussi bien sur les entreprises créées par des femmes, que sur celles créées par des hommes et même celles relevant d'un partenariat entre des femmes et des hommes. Cette approche considère les subtilités de la situation et ne prend pas le risque de masquer la complexité réelle du genre dans ces entreprises.

Le Maroc est concerné par deux types d'entrepreneuriat qu'on retrouve également dans la littérature sur l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat dit de nécessité et l'entrepreneuriat d'opportunité (Reynolds *et al.*, 2001). Le premier type d'entrepreneuriat (nécessité) fait référence aux individus qui s'engagent dans la création et/ou la croissance de nouvelles entreprises parce qu'ils n'ont pas de meilleurs choix pour s'employer. Le second type concerne une participation entrepreneuriale volontaire où les individus s'engagent dans le processus

entrepreneurial afin de poursuivre des opportunités d'affaires et en tirer profit. En effet la considération du contexte local spécifique à la culture entrepreneuriale et aux caractéristiques différenciées des entrepreneurs devient alors pertinente pour mieux appréhender le phénomène dans sa globalité. Cette conscience quant à l'hétérogénéité du phénomène entrepreneurial permet de saisir les singularités des processus, les obstacles et les leviers, tels que réellement vécus et perçus par chaque catégorie d'entrepreneurs, donnera l'occasion d'établir des comparaisons et une exploration plus complète des écarts soulevés sera favorisée. Les résultats de cette thèse contribueront à éclairer cette problématique et pourraient constituer une feuille de route pour les entrepreneur(e)s, les praticiens et les décideurs dans la mise en place de leurs projets.

III. Design méthodologique et architecture de la thèse

L'objectif ultime d'un travail de recherche est de produire de la connaissance. Il reste à prouver que la connaissance produite est valable en s'interrogeant à la fois sur sa valeur (norme de jugement) et sa validité (procédures permettant de garantir la valeur) (Allard-Poesi and Perret, 2014). Pour atteindre cet objectif et légitimer sa recherche, le chercheur est censé mettre en pratique des outils de la réflexion épistémologique et faire des choix méthodologiques qui lui sont appropriés. Il convient maintenant d'exposer le design de recherche avant de présenter l'architecture de la thèse.

Design de recherche

Notre recherche s'inscrit dans une **posture interprétativiste**. Elle a pour but de comprendre un phénomène en profondeur, d'explorer des situations particulières, plutôt que de chercher la généralisation. Il s'agit dans notre travail de comprendre en profondeur le phénomène entrepreneurial à travers l'exploration du processus par lequel les femmes et les hommes dans des situations entrepreneuriales particulières (opportunité versus nécessité) créent leurs entreprises dans un contexte particulier, le Maroc. L'intention est de relever à partir des expériences des entrepreneurs l'ensemble des facteurs qui les motivent ou les bloquent dans leur aventure entrepreneuriale et de juger si ces derniers diffèrent en fonction du genre. Le phénomène entrepreneurial sera donc compris dans son contexte réel du point de vue des acteurs que nous considérons comme les mieux placés pour donner vie aux

concepts inhérents à ce travail et apporter des éléments de réponse à notre problématique. La voie de recherche empruntée est l'exploration, notamment hybride.

L'exploration hybride renvoie à une combinaison de la voie théorique et empirique. C'est le processus tout au long duquel le chercheur procède par allers-retours fréquents entre les observations empiriques et les connaissances théoriques existantes dans le but d'enrichir ou d'approfondir ces dernières. Les recherches qui s'inscrivent dans cette voie tendent vers « *un « réalisme fort » de la théorie et vers la production de construits théoriques fortement «enracinés » dans les faits considérés »* (Charreire et Durieux, 2014, p. 93). Les recherches conduites dans le présent travail s'inscrivent dans cette lignée. Les allers-retours constamment opérés entre la littérature et le terrain nous ont permis d'affiner notre protocole de recherche. En effet, les écarts observés sur le terrain marocain nous ont poussé à s'intéresser davantage au genre en entrepreneuriat et à réaliser par la même occasion une revue de la littérature pour essayer de comprendre dans une perspective féministe l'essence de ces écarts. Grâce à cette revue de la littérature nous avons pu ressortir des facteurs qui entravent à différents niveaux le processus entrepreneurial féminin et masculin dans divers contextes. Sur cette base, nous avons élaboré notre guide d'entretien et nous avons exploré la problématique dans le contexte marocain qui présente des spécificités culturelles et socio-économiques non considérées dans les travaux antérieurs. Tout au long de notre processus de recherche (jusqu'à l'écriture de ces lignes) nous n'avons jamais cessé de creuser à la fois la littérature et le terrain pour explorer davantage le phénomène étudié. En d'autres termes, l'exploration hybride nous semble être la voie la plus adaptée à notre travail de recherche et renvoie ainsi à un mode de raisonnement abductif.

L'abduction se prête très bien à la découverte et à la concomitante création de sens à laquelle nous nous sommes attachée dans cette recherche. L'adoption de cette démarche est justifiée par l'objet de notre recherche, visant à comprendre le processus entrepreneurial-amont jusqu'alors peu étudié dans le contexte marocain, pour ensuite essayer de trouver une explication aux écarts susmentionnés. Il ne s'agit pas ici de tester des lois existantes pour en vérifier la validité mais bien de mettre en lumière un comportement émanant du terrain afin de le positionner par rapport aux écrits existants. Notre mode de raisonnement explicite, il convient maintenant de présenter la démarche méthodologique qui a guidé l'étude empirique de ce travail de recherche.

La posture épistémologique choisie dans cette thèse telle qu'elle a été présentée plus haut a sans doute orienté notre démarche méthodologique. En effet, le choix de l'interprétativisme pour comprendre le processus entrepreneurial dans le contexte marocain suppose d'approcher les acteurs entrepreneurs afin d'explorer leur expérience entrepreneuriale dans les moindres détails ce qui renvoie à **une approche qualitative**.

Compte tenu de la position interprétative adoptée dans cette recherche, la nature de la question de recherche et l'objectif visé, la méthodologie de **l'étude de cas** a été considérée comme l'approche la plus appropriée en raison de son potentiel et sa capacité à révéler en détail les perceptions et les préoccupations uniques des acteurs dans une situation réelle. Ainsi, face à la diversité et à l'hétérogénéité du phénomène entrepreneurial et la spécificité socioculturelle du pays, la stratégie des cas multiples a consisté pour nous, à étudier chaque phase du processus entrepreneurial au niveau de plusieurs entrepreneurs, considérés comme des « cas », vue la singularité du parcours de chacun. Le choix des « cas » a été guidé par l'enrichissement qu'il pouvait apporter à la compréhension du phénomène étudié caractérisé par sa grande variété. Nous avons ainsi mené une enquête qualitative par **entretiens semi-directifs** auprès de dix-neuf (19) entrepreneurs relevant de quatre régions du pays. En plus de cette méthode principale de collecte de données, nous avons mené deux groupes de discussions afin d'augmenter la fiabilité de nos résultats et trianguler nos sources et méthodes de collecte des données. Notre échantillon regroupe des profils très variés aussi bien au niveau de la situation matrimoniale, au niveau de l'âge, de l'activité, du parcours, de la région d'appartenance et du type d'entrepreneuriat pratiqué (nécessité versus opportunité). Les entretiens menés ont été enregistrés, transcrits, codés manuellement (via Excel) et analysés.

Architecture de la recherche

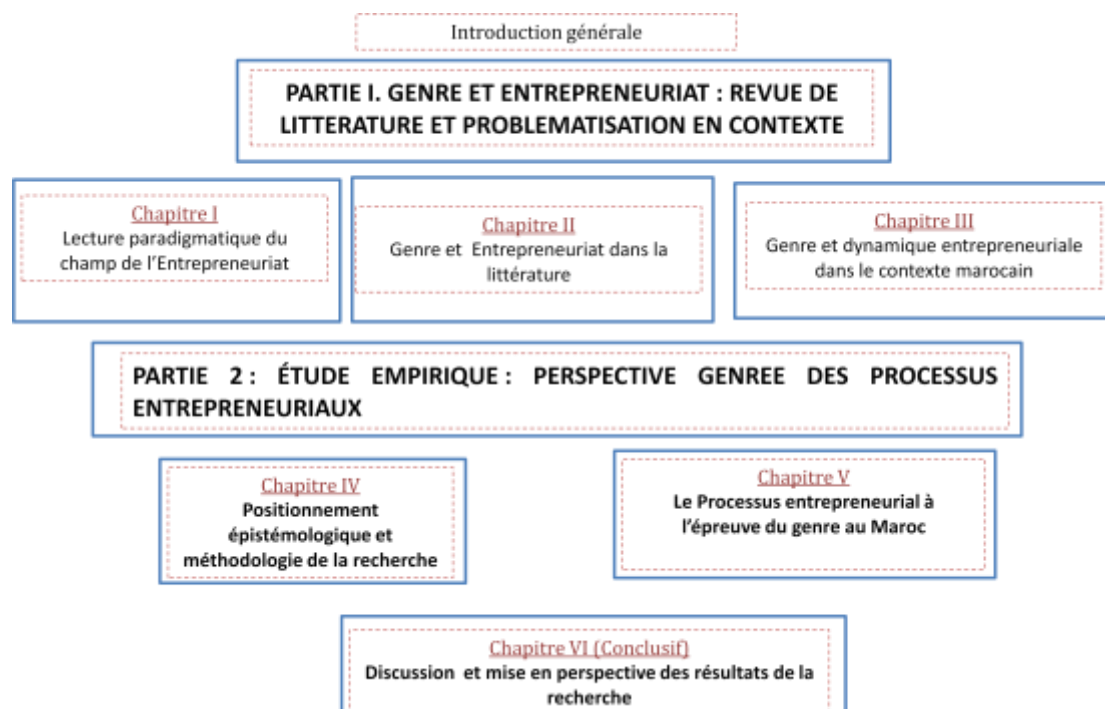
Notre recherche doctorale présentée dans la suite du document se compose de deux parties (02), une partie théorique (Partie I) et une partie empirique (Partie II).

La première partie concerne la revue de la littérature, phase importante dans tout travail doctoral et a pour but de positionner la thèse dans le champ de l'entrepreneuriat et de le relier au genre. Elle comporte trois chapitres. **Le premier chapitre** propose une grille de lecture de la construction du champ de

l'entrepreneuriat à partir des différents paradigmes de manière à mobiliser le paradigme du processus entrepreneurial pour la continuité du présent travail de recherche. A travers une lecture multi paradigmatique, le chapitre présente la convergence des différents paradigmes autour du processus entrepreneurial considéré comme un paradigme fédérateur et justifie sa mobilisation dans ce travail. **Le second Chapitre** passe en revue la littérature portant sur le genre et l'entrepreneuriat afin de mieux comprendre le contexte dans lequel les entrepreneurs évoluent et présente une synthèse des différents facteurs qui favorisent ou inhibent le comportement entrepreneurial dans différents contextes. Ces résultats sont présentés et structurés en mobilisant les théories féministes et le modèle du processus entrepreneurial développé par Tounés (Propension, intention, décision et acte). **Le troisième chapitre** nous initie à l'étude empirique. Il présente une synthèse de la situation socioéconomique marocaine afin de cerner l'environnement où se déroule le processus entrepreneurial. Ce chapitre porte une attention particulière à l'entrepreneuriat, ses différentes composantes et son évolution dans le contexte marocain. Il met en lumière l'adoption de l'approche genre à travers la présentation des avancées enregistrées aux niveaux législatif, juridique et institutionnel favorisant la promotion de l'égalité de genre, l'accès des femmes à l'emploi et à l'entrepreneuriat.

La deuxième partie de ce travail doctoral est consacrée à l'étude empirique. Elle a pour objectif de décrire puis justifier les choix épistémologiques et méthodologiques, et présenter, tout en les interprétant, les résultats de la recherche. Elle commence par un **quatrième chapitre** qui présente et discute les choix épistémologiques et méthodologique de la recherche. Nous y décrivons également le processus d'échantillonnage, de collecte et d'analyse des données emprunté pour aboutir aux résultats empiriques qui font l'objet du **cinquième chapitre**. Lequel a pour objectif de présenter et interpréter les résultats de la recherche. Il trace ainsi les singularités du processus entrepreneurial (féminin vs masculin) et présente les principaux leviers et obstacles à l'entrepreneuriat au Maroc. **Une discussion des résultats et une conclusion générale clôturent la thèse**. Le schéma 1 ci-après décrit l'architecture de la thèse.

Schéma 1. Architecture de la thèse



**PARTIE I : GENRE ET ENTREPRENEURIAT : REVUE DE
LITTERATURE ET PROBLEMATISATION EN CONTEXTE**

CHAPITRE 1.

**LECTURE PARADIGMATIQUE DU CHAMP DE
L'ENTREPRENEURIAT**

Introduction du chapitre 1

Le phénomène de l'entrepreneuriat a connu un développement important ces dernières décennies. Il a suscité l'intérêt des communautés de chercheurs relevant de différents champs disciplinaires (économie, psychologie, sociologie...). Cette diversité à la fois riche mais complexe, donne lieu à des débats académiques interminables et multiplie les disparités entre les chercheurs qui se trouvent face à un manque de consensus autour du phénomène entrepreneurial. Elle prive ainsi la communauté scientifique d'un cadre unificateur et d'une théorie globale en entrepreneuriat. Cet intérêt porté au champ de l'entrepreneuriat lui a permis d'atteindre une certaine maturité, mais il reste toujours aussi riche en opportunités de travaux, de réflexions, tant théoriques qu'empiriques (Chabaud and Sammut, 2016).

En effet, face à cette diversité d'approches (Tableau1), il paraît crucial pour tout chercheur dans ce domaine de justifier sa position et l'angle d'analyse choisi pour traiter le phénomène entrepreneurial. Ainsi, à travers ce premier chapitre nous présentons une structuration et une analyse critique des différentes recherches dans le champ de l'entrepreneuriat. L'objectif étant de proposer un cadre fédérateur de la recherche en entrepreneuriat autour du paradigme du processus entrepreneurial et justifier à l'occasion le choix de ce dernier pour le traitement de notre problématique.

Tableau 1 : Synthèse des approches de la recherche en entrepreneuriat

Question principale	What (approche fonctionnelle)	Who / Why (approches sur les individus)	How (approches sur les processus)
Echelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique principal	Economie	Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Sciences de gestion, Sciences de l'action, Théories des organisations

Source : Fayolle (2002, p : 8)

Sans prétendre à l'exhaustivité, nous présentons dans une première section les travaux fondateurs de la recherche en entrepreneuriat notamment l'approche économiste et

behavioriste. Ces deux approches ont participé largement à la structuration de la recherche en entrepreneuriat mais présentent certaines limites.

Face aux limites des paradigmes fondateurs, plusieurs chercheurs relevant de différents champs disciplinaires sont tenté de recadrer le phénomène en proposant de nouvelles approches donnant naissance à de nouveaux paradigmes de recherche en entrepreneuriat. Ainsi, l'objectif de la deuxième section est de confronter la multitude de paradigmes développés dans la littérature.

Cette lecture multi paradigmatique a pour objectif de justifier notre choix du paradigme du processus entrepreneurial dans le traitement de notre problématique.

Dans la 3^{ème} section, nous nous attardons sur l'approche processuelle de l'entrepreneuriat à laquelle nous portons beaucoup d'intérêt.

Section 1 : Fondements théoriques de la recherche en Entrepreneuriat

La multidisciplinarité du champ de l'entrepreneuriat a déjà été démontré (Bruyat, 1993 ; Filion, 1997). Toutefois, il y'a un consensus clair quant au fait qu'il tire son origine des économistes, notamment Say et Cantillon (Fayolle, 2004; Filion, Borges and Simard, 2006; Pesqueux, 2015). Ils ont permis une avancée considérable dans la prise en considération du phénomène entrepreneurial, particulièrement à travers les travaux de Schumpeter. Toutefois, l'essor de l'entrepreneuriat dans les sciences humaines semble provenir des travaux développés plutôt par les behavioristes dans les années soixante (Filion, 1997).

I. Les Précurseurs du champ de l'entrepreneuriat : Cantillon, Say et Schumpeter

L'histoire de l'entrepreneuriat date du 18^{ème} siècle. C'est à cette époque que le terme entrepreneur a pris formellement place dans la littérature française grâce à l'œuvre de Richard Cantillon³. Ce financier et économiste fut le premier à s'intéresser au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique (Filion, 1997).

Cantillon tient une part de son originalité du fait que l'entrepreneur est défini comme un preneur de risque. Dans cette optique l'entrepreneur achète une matière première à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain (Cantillon, 1755)⁴. C'est pourquoi, l'entrepreneur ici, est caractérisé par l'incertitude. Il ne peut prévoir les états futurs des marchés et par la distinction associée entre des coûts certains et des revenus incertains (Steiner, 1997).

Dans cette perspective, l'entrepreneur est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. Par ailleurs, Cantillon considère comme entrepreneurs les fermiers, marchands, artisans, manufacturiers, tant qu'ils ont en commun d'assumer des risques.

³Cantillon écrit en 1730, son unique ouvrage, Essai sur la nature du commerce en général, qui ne sera publié qu'après sa mort, en 1755.

⁴ Une version de l'œuvre de Richard Cantillon est publiée en 2011 par l'institut COPPET <https://www.institutcoppet.org/wp-content/uploads/2011/12/Essai-sur-la-nature-du-commerce-en-gener-Richard-Cantillon.pdf>

En plus de Cantillon, Jean-Baptiste Say est également identifié comme pionnier du domaine de l'entrepreneuriat. Say est certainement plus connu par sa fameuse loi des débouchés, mais il a tout de même contribué significativement au développement de l'entrepreneuriat.

En effet, Say a publié en 1815 son ouvrage « Catéchisme d'économie politique » où il exprime sa vision de ce qu'est un entrepreneur. Pour lui, l'entrepreneur n'est pas forcément celui qui détient le capital. Il est celui qui gère des ressources et prend des risques financiers, techniques et humains (Schmitt, 2015b).

La lecture de l'œuvre de Say permet de découvrir autant d'éléments pertinents. En effet, dans un style lucide, et à travers des exemples concrets, Say souligne qu'un entrepreneur doit d'abord acquérir des connaissances. Ensuite, il doit rassembler les moyens d'exécution nécessaires pour créer un produit, et finalement présider à son exécution.

Cantillon et Say considèrent particulièrement l'entrepreneuriat comme l'activité de transformation d'un produit ou d'un service dans le but de le revendre et ce, en prenant en considération le risque inhérent à cette transformation. Dans cette logique, l'entrepreneur est considéré comme l'acteur de cette transformation et l'agent assurant le risque lié à cet acte. Il est également à souligner que ces auteurs associaient le développement de l'économie à la création d'entreprises.

Si Cantillon et Say sont considérés comme les précurseurs du domaine, c'est principalement Joseph Schumpeter qui donne son envol à l'entrepreneuriat (Filion, 1997). Cet auteur autrichien associe entrepreneuriat, innovation et opportunité (Pesqueux, 2015). Pour lui, l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans *la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...] cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons* (Schumpeter, dans Filion, 1997, p. 134). Il considère l'entrepreneur type comme un agent différent et spécial ayant pour objectif apparent le profit mais étant plus motivé et actionné par le succès et la volonté du vainqueur (Gislain, 2012). En plus, Schumpeter fait ressortir l'importance du rôle joué par l'entrepreneur dans le développement économique, et complète ainsi les travaux de ses prédécesseurs.

Si Cantillon a le mérite d'avoir été le premier à utiliser le terme entrepreneur en lui accordant un contenu économique pertinent, Say est en revanche le premier à lui avoir assigné une place dans le schéma du processus économique. Finalement, c'est Schumpeter qui complète l'analyse des auteurs antérieurs en reliant l'entrepreneuriat à l'innovation qui apparaît comme un modèle du développement économique national et permet à l'occasion d'accélérer la reconnaissance de l'entrepreneuriat dans l'approche économique.

Cette perspective d'analyse économique classique de l'entrepreneuriat renvoie à une approche fonctionnelle qui tente de répondre à la question « What ». En effet, l'entrepreneur est représenté ici par une fonction (Filion, 1997), il s'agit de l'entrepreneur-organisateur d'entreprises décrit par Say et l'entrepreneur-innovateur développé par Schumpeter. Cette approche présente des limites puisqu'elle ne va pas au delà de la fonction pour comprendre le comportement des entrepreneurs. Ceci amènera le monde de l'entrepreneuriat à se tourner vers les behavioristes pour mieux comprendre le comportement de l'entrepreneur (ibid.).

II. La perspective humaniste en Entrepreneuriat : Apport du behaviorisme

A compter des années 1970, la recherche en entrepreneuriat s'est orienté vers les sciences du comportement. En effet, plutôt que de s'intéresser à l'entrepreneur en tant qu'acteur du développement économique, le courant behavioriste insiste davantage sur les traits psychologiques de l'entrepreneur (approche par les traits) et sur ses actes et comportements (approche par les faits) (Tounés, 2003).

Cette approche behavioriste de l'entrepreneuriat tente avant tout de répondre à la question « qui est l'entrepreneur ? » (Omrane, Fayolle and Zeribi-BenSlimane, 2015) et accorde une grande importance au rôle des modèles issus de la psychologie sociale et cognitive dans la compréhension du phénomène entrepreneurial. Il s'agit principalement du modèle du comportement planifié développé par Ajzen (1991).

1. Approche par les traits

Basé sur une perspective internalisée de l'entrepreneuriat (approche par les traits), le premier a avoir initié l'analyse du comportement de l'entrepreneur dans les sciences

du comportement fut sans doute McClelland (Filion, 1997). D'après cet auteur, les facteurs psychologiques et les traits de personnalité de l'entrepreneur conditionnent la réussite ou l'échec de son entreprise indépendamment du contexte, du projet ou du processus entrepreneurial (Emin and Philippart, 2015). En effet, les recherches s'inscrivant dans cette perspective d'analyse tentent d'une part de comprendre l'entrepreneur et d'autre part de dresser un profil psychologique type de l'entrepreneur qui réussit.

Dans sa revue de littérature sur les traits de caractère d'un entrepreneur qui réussit (successful entrepreneur), McClelland(1971) recueille un ensemble de caractéristiques psychologiques (Tableau 2) qu'il présume nécessaires à la réussite de l'entrepreneur.

Tableau 2: Caractéristiques psychologiques d'un entrepreneur qui réussit

<ul style="list-style-type: none">- Confiance- Persévérance- Energie et diligence- Ingéniosité- Créativité- Prévoyance- Esprit d'initiative- polyvalence : Connaissance du produit et du marché- Intelligence- clairvoyance
--

Source : Traduit de McClelland (1971)

Néanmoins, d'autres travaux relevant de cette approche par les traits montrent qu'il semble impossible de trouver chez un seul individu toutes les qualités susmentionnées pour réussir (Omrane, Fayolle and Zeribi-BenSlimane, 2015). Ils affirment par ailleurs que les traits de personnalité et les motivations ne discriminent pas les entrepreneurs qui réussissent de ceux qui échouent (ibid). En outre, la non prise en compte du contexte et des autres caractéristiques sociodémographiques dans cette perspective limite sa pertinence et ouvre la voie pour un nouveau pan de recherche en psychologie.

2. L'approche par les faits

Pour faire face aux limites de l'approche par les traits, la recherche en entrepreneuriat s'est tournée à la fin des années quatre-vingts vers une approche basée sur les faits. L'objectif de cette approche est de définir l'entrepreneur par ses actions et ses comportements en répondant à la question «que fait l'entrepreneur ?» (Hernandez, 1995; Filion, 1997; Schmitt, 2015b).

Cette place de l'action dans le champ de l'entrepreneuriat existe depuis les fondements de la pensée économique notamment à travers les travaux de Cantillon et Say. D'ailleurs Arthur Cole, par exemple, adoptant un point de vue comportemental, cite Say (1816) et définit l'entrepreneur comme un agent économique qui : « *unit tous les moyens de production - le travail de l'un, le capital ou la terre des autres - et qui trouve dans la valeur des produits qui résultent de leur emploi la reconstitution de la totalité du capital qu'il utilise en plus d'un bénéfice qui lui est propre* » (Cole, 1946).

Mise en exergue par Gartner (1988), l'approche par les faits donne une place importante à la fonction de l'entrepreneur dans la société et aux actions mise en place par ce dernier . Dans son papier intitulé « who is an entrepreneur ? is the wrong question », Gartner associe l'entrepreneuriat à l'acte de création d'entreprise. Selon cet auteur, ce qui différencie les entrepreneurs des non-entrepreneurs, c'est que les entrepreneurs créent des organisations, contrairement aux non-entrepreneurs. Il souligne que dans les approches comportementales de l'entrepreneuriat, un entrepreneur est considéré comme un ensemble d'activités et d'actions impliquées dans la création d'une organisation. Gartner soutient que les approches basées sur les traits ont été infructueuses et que les approches comportementales constituent une perspective plus productive pour les recherches futures en entrepreneuriat.

À travers cette première section, nous avons mis en évidence les fondements théoriques de la recherche en entrepreneuriat développés par les économistes et les behavioristes. Ces premiers travaux de recherche, même s'ils présentent certaines limites, ont pu ouvrir la boîte noire de l'entrepreneuriat et ont permis son développement vers de nouvelles orientations (Section 2).

Section 2 : Paradigmes de recherche en entrepreneuriat

La mouvance des préoccupations dans le champ de l'entrepreneuriat a fait de lui un phénomène pluridisciplinaire, inscrivant ainsi les communautés de chercheurs dans des courants de pensée ou des paradigmes différents.

Avant de passer au vif de la section, nous nous attardons un peu sur la notion de paradigme compte tenu de son importance dans le champ de l'entrepreneuriat.

Le mot paradigme tient son origine du mot grec ancien paradeigma, qui signifie « exemple »⁵. Il existe dans le domaine de la grammaire depuis 1561 (Rumelhard, 2005), mais c'est Thomas Kuhn qui lui donne un survol dans les sciences sociales et l'épistémologie à travers son ouvrage « *The structure of scientific revolutions* » publié en 1962. En effet, Kuhn définit un paradigme scientifique comme « *l'ensemble de convictions partagées par le groupe scientifique considéré à un moment donné de l'histoire ; convictions que le groupe défend contre toute menace et toute atteinte par le rejet de tout élément théorique hétérogène* » (Kuhn, dans Jaziri, 2009, p. 3). Il ajoute que « *les paradigmes fournissent une loi, une théorie, une application et un dispositif expérimental, bref un modèle qui donne naissance à des traditions particulières et cohérentes de recherche scientifique* » (Ibid.).

Pour Kuhn, l'adoption d'un paradigme implique le consensus d'une communauté de chercheurs autour d'une vision unanime du monde. Dans cette logique, aucun chercheur ne peut qualifier de « paradigme » sa propre construction intellectuelle, voire celle d'un autre, tant qu'une partie des chercheurs (cette partie peut se limiter à une vingtaine de chercheurs selon Kuhn) n'adhère durablement à la vision proposée (Kuhn, 1962).

Dans le champ de l'entrepreneuriat, l'engouement de la communauté scientifique a conduit plusieurs chercheurs à parler de paradigme (Shane and Venkataraman, 2000; Verstraete and Fayolle, 2005; Paturel, 2007; Chabaud and Messeghem, 2010; Jaziri and Paturel, 2010; Omrane, Fayolle and Zeribi-BenSlimane, 2015; Messeghem, Boissin and Fayolle, 2016; Schmitt, 2017). Cette notion revoie ici à « *l'ensemble des règles admises comme des «normes» par la communauté des chercheurs en entrepreneuriat, à un moment donné pour délimiter et problématiser les « faits » qu'elle juge dignes d'étude* » (Jaziri, 2009, p. 3). Il s'agit donc d'un consensus de la

⁵www.wikipedia.com Consulté le 01/09/2018

communauté scientifique autour d'une vision unanime du phénomène sur une période donnée. Il permet par conséquent d'ouvrir de nouvelles perspectives à d'autres groupes de chercheurs en leur fournissant toute sorte de problèmes à résoudre. D'ailleurs, Michel(1979) atteste que la valeur d'un paradigme n'est pas tant la profondeur de la découverte que sa capacité à susciter des travaux de recherche.

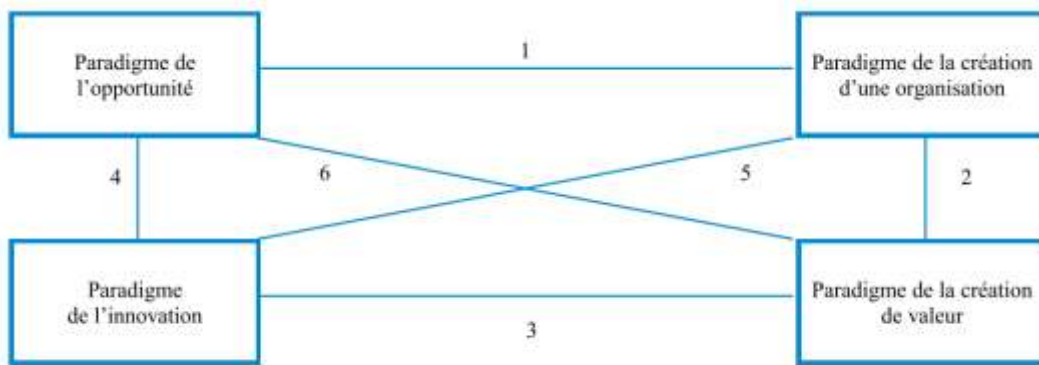
Les chercheurs en entrepreneuriat traitent leurs problématiques en s'inscrivant dans des paradigmes qui traduisent leur vision du phénomène et par extension du monde. Cette multiplicité de proposition montre finalement que ce champ de recherche en entrepreneuriat est moins jeunes que ce qu'il n'y paraît. En effet, lors de notre revue de la littérature, il n'était guère difficile d'identifier la multitude de paradigmes développés dans le champ, encore moins les auteurs s'inscrivant dans chaque paradigme. Par ailleurs, certains considèrent que l'entrepreneuriat a dépassé l'émergence mais semble stagner à l'adolescence et le caractérise ainsi de préparadigmatique (Verstraete and Fayolle, 2005; Chabaud and Messeghem, 2010). Tandis que d'autres, que nous soutenons d'ailleurs, défendent une lecture multi-paradigmatique du phénomène (Jaziri and Paturel, 2010).

Face à la complexité et la multidisciplinarité du phénomène entrepreneurial, on ne peut pas le réduire à un seul paradigme. Par conséquent, il serait plus intéressant de s'investir dans une lecture multi paradigmatique, permettant de montrer la complémentarité plus que la concurrence entre les différents paradigmes relevés dans la littérature. Dans un premier temps, et sans prétendre à l'exhaustivité, nous présenterons les quatre paradigmes dominants dans le champ, puis nous tenterons de relever les nouveaux paradigmes développés lors de cette dernière décennie.

I. Les paradigmes dominants dans la recherche en entrepreneuriat

Au-delà des approches traditionnelles et fondatrices de l'entrepreneuriat (section1), différents auteurs ont proposé des voies de réflexions nouvelles ayant pour objectif de cerner le phénomène. Basé sur les contributions de ses auteurs, chaque paradigme apporte un éclairage unique et singulier sur les différentes facettes de l'entrepreneuriat. Dans leur article intitulé «Paradigmes et entrepreneuriat», Verstraete and Fayolle (2005) ont relevé quatre paradigmes dominants en précisant les différents liens qui existent entre eux (Figure 1).

Figure 1. Les quatre paradigmes dominants de l'entrepreneuriat



Source : Verstraete et Fayolle (2005, p. 16)

Ces deux auteurs ont mis en évidence six liens qu'ils résument comme suite :

- Lien 1 : pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient de s'organiser;
- Lien 2 : afin qu'une organisation puisse exister durablement en permettant à l'entrepreneur de conserver son statut, elle doit indispensablement fournir de la valeur à ses parties prenantes;
- Lien 3 : lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale.
- Lien 4 : une innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché, à la fourniture d'un nouveau produit ou service ou à l'apparition d'une nouvelle organisation dans le secteur ;
- Lien 5 : l'exploitation d'une innovation, à l'instar d'une opportunité, appelle l'existence d'une organisation qui favorise les différentes interactions qui lui sont nécessaires ;
- Lien 6 : l'exploitation d'une opportunité n'a lieu que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifié ou perçu.

1. Le paradigme de l'opportunité

Il est indéniable que l'opportunité tient son origine des domaines de la stratégie et du marketing qui lui accordent une attention soutenue. Toutefois, il convient de noter que le même concept constitue pour Shane et Venkataraman (2000) le socle d'une conception fertile du champ de l'entrepreneuriat.

Scott Shane est l'un des écrivains universitaires et des leaders d'opinion les plus convaincants dans le champ de l'entrepreneuriat. Son article publié conjointement avec Venkataraman (Shane et Venkataraman, 2000) constitue l'article le plus cité dans l'Academy of Management Review au cours de la dernière décennie (Hjorth, 2012).

1.1 Définitions

La notion d'opportunité est omniprésente dans la recherche en entrepreneuriat. Elle provient du latin *opportunitas*⁶ et renvoie au caractère de ce qui est opportun, à une circonstance favorable, une occasion.

Il est indéniable que le paradigme de l'opportunité tient son origine du marketing, en vue de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché (Jaziri et Paturel, 2010). Dans le champ de l'entrepreneuriat, le paradigme de l'opportunité est ancré dans les travaux fondateurs de Venkataraman (1997) et Shane et Venkataraman (2000). Toutefois, c'est l'article de Bygrave et Hofer (1991) qui a intégré en premier la notion d'opportunité dans son analyse du phénomène entrepreneurial. Compte tenu de ces travaux on peut retenir les définitions suivantes :

- « *An Entrepreneurial Event involves the creation of a new organization to pursue an opportunity* (Bygrave, dans Bygrave et Hofer 1991, p. 14).
- *The Entrepreneurial Process involves all the functions, activities, and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organizations to pursue them*(Bygrave et Hofer, 1991, p. 14).
- «*An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it*» (Bygrave et Hofer, 1991, p.14).
- «*The scholarly examination of how, by whom and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited* (Venkataraman, 1997). *Consequently, the field involves the study of sources of opportunities; the process of discovery, evaluation, and exploitation of opportunities; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them* » (Shane, Venkataraman, 2000, p.218).

Ces définitions montrent la centralité du concept d'opportunité dans l'approche des auteurs, et son association à d'autres aspects de l'entrepreneuriat. Nous soulignons de

⁶<https://fr.wiktionary.org/wiki/opportunité> Consulté le 04/09/2018

passage que toutes ces citations font ressortir la perspective processuelle de l'entrepreneuriat. Dans la même logique, Timmons définit l'entrepreneuriat comme *«the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regardless of the resources currently controlled»*(Timmons, 1994) .

1.2 L'existence, la découverte et l'exploitation des opportunités

L'importance du paradigme de l'opportunité telle quelle est reconnu par toute la communauté de chercheurs en entrepreneuriat est liée à sa capacité à susciter des travaux de recherche. Il est défini comme l'examen approfondi du comment, par qui et avec quels moyens sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services (Shane et Venkataraman, 2000). Dans ce sens, les chercheurs en sciences de l'organisation se sont concentrés sur trois séries de questions de recherche spécifiques à l'entrepreneuriat (Ibid) :

1. Pourquoi, quand, et comment les possibilités de création de biens et de services entrent-elles en existence ? ;
2. Pourquoi, quand, comment certaines personnes découvrent-elles et exploitent-elles ces opportunités?
3. Pourquoi, quand et dans quelle mesure différents modes d'action sont utilisés pour exploiter les opportunités entrepreneuriales ?

Afin de clarifier leur vision de l'opportunité, Shane et Venkataraman (2000) tentent de répondre à ces questions à travers l'analyse de l'existence, la découverte et l'exploitation de l'opportunité. Ils soulignent que pour entreprendre il faut d'abord avoir des opportunités. Ces opportunités entrepreneuriales renvoient aux situations dans lesquelles de nouveaux biens, services, méthodes de travail, méthodes d'organisation, peuvent être introduits et vendus à des prix supérieurs à leurs coûts de revient. Bien que l'identification des opportunités entrepreneuriales soit un processus subjectif, les opportunités elles-mêmes sont un phénomène objectif qui ne serait pas connues et perçues partout et par tout le monde. Par exemple, la découverte du téléphone a créé de nouvelles opportunités de communication, que les personnes l'aient découverte ou non.

Ces auteurs soulignent que les opportunités entrepreneuriales diffèrent de l'ensemble des opportunités de profit et se présentent sous diverses formes. Elles existent parce

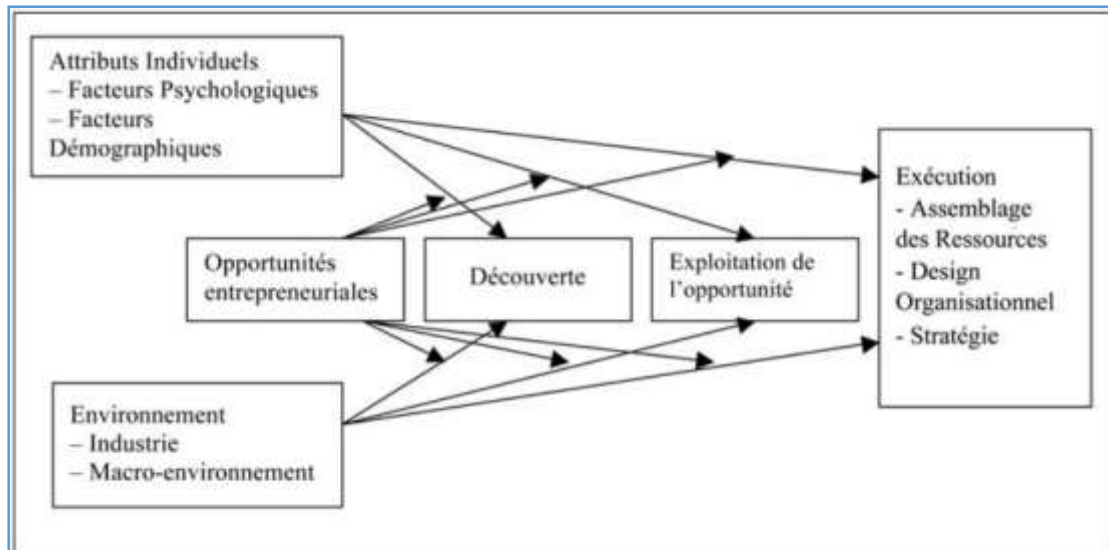
que les gens disposent de visions et de perceptions différentes impactant leur aptitude à les identifier.

Bien qu'une opportunité de profit entrepreneurial puisse exister, une personne ne peut la saisir que si elle la découvre et reconnaît sa valeur. Cette découverte est conditionnée par deux facteurs que les auteurs ont relevé de la littérature. Il s'agit d'abord de la possession des informations préalables nécessaires pour son identification, puis, la disposition des propriétés cognitives nécessaires pour l'évaluation de sa pertinence. En effet, les entrepreneurs qui manquent de pratique reçoivent davantage d'informations que les entrepreneurs expérimentés. Ces derniers, sur la base de leurs dispositions cognitives et de leur réseau, savent mieux capter les informations pertinentes pour leurs affaires (Verstraete and Fayolle, 2005).

Quoique la découverte d'une opportunité soit une condition nécessaire à l'entrepreneuriat, elle n'est guère suffisante. Après la découverte d'une opportunité, un entrepreneur potentiel doit décider de l'exploiter. Nous ne disposons pas de statistiques précises sur les opportunités non exploitées, mais nous savons que toutes les opportunités découvertes ne sont pas concrétisées d'où l'écart significatif entre intention et action entrepreneurial (voir section...). Pourquoi, quand, comment certaines personnes, et non d'autres, exploitent-elles les opportunités qu'elles perçoivent? La réponse à cette question dépend à la fois des caractéristiques de l'entrepreneur et de la nature de l'opportunité (Shane et Venkataraman, 2000). En général, que l'opportunité soit découverte, aperçue ou créée, le défi et l'enjeu consistent dans son exploitation (Jaziri and Paturel, 2010).

Plus tard, Shane (2003) souligne que l'opportunité suit un processus individuel et linéaire avec des séquences clairement définies et présente son modèle de processus entrepreneurial ainsi (Figure 2).

Figure 2: Modèle de processus entrepreneurial basé sur l'opportunité



Source : Shane, 2003, cité dans, Chabaud et Messeghem, 2010

Les travaux de Shane et Venkataraman ont suscité un grand intérêt des chercheurs et praticiens tant dans le champ de l'entrepreneuriat que du management stratégique. L'opportunité est apparue comme le chaînon manquant qui a mis en relation différents courants du champ de l'entrepreneuriat, tout en donnant tant d'importance aux éléments fondamentaux que sont l'individu, l'opportunité, l'organisation et son environnement, mais aussi aux processus et aux interactions entre ces éléments.

2. Le paradigme de la création d'une organisation

Si Shane est une référence indéniable dans le paradigme de l'opportunité, nous pouvons identifier William Gartner comme l'initiateur de la conception à l'origine du paradigme de la création d'une organisation en entrepreneuriat. En fait, Gartner est réputé comme étant le chef de file de ce paradigme (Jaziri and Paturel, 2010). Il défend l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. Ce qui différencie les entrepreneurs des non-entrepreneurs, c'est que les premiers parviennent à créer leur entreprise, tandis que les non-entrepreneurs ne le font pas (Gartner, 1985).

2.1 Définitions

Nombreux sont les auteurs qui associent l'entrepreneuriat à la création d'une organisation. Gartner (1985) tente de la définir ainsi : «*Organiser, c'est assembler des actions interdépendantes continues en des séquences sensibles qui génèrent des résultats sensibles* ». Il associe la définition de la création d'une nouvelle entreprise à

celle développée par l'Institut de Planification Stratégique. La création d'une nouvelle entreprise renvoie à :

- Une entité indépendante ;
- Un nouveau centre de profit au sein d'une société ayant d'autres activités bien établies,
- Une entreprise commune qui remplit les conditions suivantes : 1. Ses fondateurs doivent acquérir une expertise dans les produits, les processus, le marché et / ou la technologie. 2. Ses résultats sont attendus au-delà de l'année de l'investissement. 3. Elle est considérée par ses concurrents comme un nouvel entrant sur le marché. 4. Elle est considérée comme une nouvelle source d'approvisionnement par ses clients potentiels.

Par ailleurs, « *l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* » (Verstraete, 2003,p.13).

2.2 Les quatre dimensions de la création d'entreprise

Dans son fameux article « *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation* », Gartner (1989) présente un cadre pour décrire la création d'une nouvelle entreprise à travers quatre dimensions. Il s'agit de l'individu, l'organisation, l'environnement et le processus. En effet, aucune création d'entreprise nouvelle ne peut être cernée, à moins que les quatre dimensions soient explorées et leurs différentes interactions relevées (Ibid).

2.2.1 L'individu

L'entrepreneur est perçu de manière écrasante comme très différent du non-entrepreneur, et de nombreux chercheurs pensent que ces différences sont liées à sa personnalité. Par conséquent, la voie poursuivie été le plus souvent de dresser un profil psychologique de l'entrepreneur et de mesurer les caractéristiques psychologiques nécessaires à sa réussite (Brockhaus, 1982). Dans une autre perspective, certains chercheurs ont trouvé qu'il été plutôt utile de creuser les antécédents de l'entrepreneur, son expérience et ses attitudes. Gartner a relevé les caractéristiques psychologiques et individuelles (Tableau 3) les plus utilisées dans la littérature pour caractériser les entrepreneurs et les distinguer des non-entrepreneurs.

Tableau 3: Caractéristiques psychologiques et individuelles des entrepreneurs

Caractéristiques psychologiques	Caractéristiques individuelles
<ul style="list-style-type: none"> • Besoin d'accomplissement • Locus de contrôle • Propension à prendre des risques 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction au travail • Expérience de travail antérieure • Parents entrepreneurs • Age • Education

Source : Construit par l'auteur depuis Gartner, 1985

2.2.2 L'organisation

En dépit des tentatives visant à détourner l'attention de l'entrepreneur sur son organisation créée, en prétendant que l'entreprise est l'entrepreneur. La plupart des études ultérieures sur la création d'entreprises néglige de caractériser les organisations qui font l'objet de leurs études. En effet, plusieurs études empiriques dans le champ de l'entrepreneuriat ne tiennent pas compte de la typologie de l'organisation étudiée et de son secteur d'activité (Gartner, 1985). Les rares chercheurs qui le font, ne le font pas dans un souci de comparaison entre les différents types afin d'associer chaque type à d'autres dimensions, telles que le contexte de l'étude, l'environnement... Etc.

Gartner souligne d'autres caractéristiques de l'organisation créée. Il considère ainsi la présence des partenaires comme un facteur clé dans la création de certains types de firmes. Il rajoute à cela, les choix stratégiques en s'appuyant sur les trois choix identifiés par Porter (1980), à savoir, la maîtrise des coûts, la différenciation et la concentration. Finalement, Gartner souligne que l'entrepreneuriat prend fin quand la création de l'organisation est achevée.

2.2.3 L'environnement

Les préoccupations actuelles dans le champ de l'entrepreneuriat tiennent compte de la manière de concevoir des organisations responsables, qui incitent les entrepreneurs à innover pour répondre aux besoins de leur environnement. Dans son papier, Gartner s'appuie sur la théorie des organisations et relève deux perspectives d'analyse de l'environnement développées dans la littérature. La première étant, le déterminisme environnemental, elle considère l'environnement comme un ensemble de conditions extérieures auxquelles l'organisation doit s'adapter. L'autre perspective renvoie aux choix stratégiques ; elle considère l'environnement comme une "réalité" que les

organisations créent à travers la sélectivité de leurs perceptions. Dans le champ de recherche en entrepreneuriat, les deux perspectives sont mobilisées.

Sur la base d'une synthèse de la littérature portant sur les variables environnementales⁷ ayant influencé la création de nouvelles entreprises, Gartner identifie 12 facteurs qui ont stimulé la création d'entreprise (Bruno et Tyebjee, 1982, dans, Gartner, 1985).

Tableau 4: Les variables environnementales qui influencent la création d'une organisation

Variables environnementales	
1. Disponibilité de capital-risque	7. Proximité des universités
2. Présence d'entrepreneurs expérimentés	8. Disponibilité des terrains et facilités accordées
3. Main-d'œuvre techniquement qualifiée	9. Accès au transport
4. Accessibilité aux fournisseurs	10. Attitude de la population dans la région
5. Accessibilité aux clients ou nouveaux marchés	11. Disponibilité des services de soutien et d'accompagnement
6. Influences gouvernementales	12. Conditions de vie

Source : Bruno et Tyebjee, 1982, dans, Gartner, 1985

2.2.4 *Le processus*

La perspective processuelle est omniprésente dans le champ de recherche en entrepreneuriat depuis les travaux des précurseurs. Elle est apparue implicitement dans les travaux fondateurs, mais a pris forme au fil des années.

En 1949, Danhoff souligne que « *L'entrepreneuriat est une activité ou une fonction et non une personne ou un métier spécifique ... la prise en compte de l'entrepreneur seul est une abstraction irréaliste* » (Danhoff, 1949, p. 12, dans, Gartner, 1985).

Dans une approche "dynamique" de l'entrepreneur, d'autres théoriciens ont tenté de différencier sa fonction des autres fonctions plus routinières telles que la fonction managériale. Gartner a relevé les similitudes dans ces travaux quant aux actions qu'un

⁷ Les variables environnementales sont des caractéristiques considérées comme des conditions relativement fixes imposées à la nouvelle entreprise par l'extérieur.

entrepreneur effectue pour créer une nouvelle entreprise. Il énumère ainsi six comportements communs (le classement n'implique pas ici un ordre de priorité):

1. L'entrepreneur localise une opportunité d'affaires
2. L'entrepreneur accumule des ressources
3. L'entrepreneur commercialise des produits et des services
4. L'entrepreneur construit une organisation
5. L'entrepreneur fabrique un produit
6. L'entrepreneur répond aux exigences du gouvernement et de la société

Alors que certains auteurs cherchent à différencier l'entrepreneur type et sa création type de tous les non entrepreneurs, Gartner lui, fait part d'une grande diversité dans sa conception du phénomène. En effet, sa présentation des quatre dimensions de la création d'une organisation témoigne d'un haut degré de complexité du phénomène. Ces dimensions constituent un instrument permettant de visualiser les modèles extrêmement variés de la création de nouvelles entreprises.

3. Le paradigme de la création de valeur

La création de valeur a été identifiée dans la littérature anglo-saxonne comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner(1990). Chez les francophones, c'est la thèse de Bruyat(1993) qui s'est inscrite dans cette veine et a ouvert une piste pour la communauté scientifique permettant ainsi de développer un nouveau paradigme en entrepreneuriat.

3.1 Définitions

«L'entrepreneuriat est le processus dynamique de création de richesse supplémentaire. Cette richesse est créée par des individus qui assument des risques majeurs en termes d'équité, de temps et/ou d'engagement de carrière dans la création de valeur pour un produit ou un service donné. Le produit ou le service lui-même peut être ou pas nouveau ou unique, mais sa valeur doit être insufflée par l'entrepreneur à travers l'allocation des ressources et compétences nécessaires » (Ronstad, 1984, p.28, dans, Verstrete et Fayolle, 2005).

« L'entrepreneuriat crée de la valeur. Les attributs dans ce thème indiquent que la création de valeur peut être représentée par la transformation d'une entreprise, la

création d'une nouvelle entreprise, la croissance d'une entreprise ou la création de la richesse »(Gartner, 1990, p. 25)

3.2 Développement du paradigme

L'entrepreneuriat est considéré comme un processus de création de valeur. Selon Bruyat (1993, p.56), « *L'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneurship est la dialogique individu/création de valeur* ». En effet, dans sa thèse, il délimite le champ de l'entrepreneuriat sur la base de deux dimensions : la création de valeur nouvelle et le changement qu'induit cet apport de valeur chez l'individu qui l'a généré (savoir-faire, valeurs, attitudes,...). Plus la création de valeur nouvelle est forte et le changement pour l'individu important, plus un consensus semble se dessiner dans la communauté des chercheurs pour inclure l'objet étudié dans le champ de l'entrepreneuriat (Verstraete, 2002).

Il semble indéniable d'évoquer dans le développement de ce paradigme, le programme de recherche développé en 1997, et qui porte sur l'existence de lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique des pays. Il s'agit du Global Entrepreneurship Monitor (ou GEM) qui fournit chaque année une représentation nationale et internationale de l'entrepreneuriat. Cette année il fête son 20^{ème} anniversaire, avec une première étude qui date de 1999 et qui a réuni dix pays et une plus récente qui compte quarante neuf économies. Basé à Londres, en Angleterre, GEM est actuellement la plus grande étude en cours sur la dynamique entrepreneuriale au monde ayant pour but ultime de faire le lien entre entrepreneuriat et croissance économique. Le projet s'est attaché à répondre essentiellement à trois questions(Reynolds et al., 2000) :

1. « *Est-ce que le niveau d'activité entrepreneuriale varie entre les pays, et si tel est le cas, dans quelle proportion ?* »
2. « *Est-ce que le niveau d'activité entrepreneuriale affecte la croissance économique d'un pays ?* »
3. « *Quels sont les éléments qui déterminent l'orientation entrepreneuriale d'un pays?*»

Le paradigme de la création de valeur renvoie à une valeur nouvelle qui renvoie, elle, à l'idée d'innovation. Il constitue ainsi une extension du paradigme de l'innovation traité ci-dessous(Jaziri and Paturol, 2010).En effet, l'innovation est un cas particulier

de la création de valeur puisqu'il est difficile d'imaginer qu'il puisse y avoir innovation sans création de valeur (Bruyat, 1993) sinon on sera au stade de l'invention.

4. Le paradigme de l'innovation

Tiré principalement par les travaux de Joseph Schumpeter, le paradigme de l'innovation accorde une grande importance à l'entrepreneur innovateur et à son rôle dans le développement du système économique (Jaziri, 2009).

4.1 Définitions

L'innovation renvoie à la capacité des entrepreneurs « à proposer des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou vendre » (Julien et Marchesnay, 1996, dans Verstraete et Fayolle, 2005, p.41).

Selon Peter Drucker (1985, p.30) « L'innovation est l'instrument spécifique de l'entrepreneuriat, le moyen par lequel il exploite le changement comme une opportunité pour la création d'une nouvelle entreprise ou d'un nouveau service ». Il ajoute que « l'innovation est l'acte qui confère aux ressources une nouvelle capacité à créer de la richesse. (Drucker, 1985, p.30).

4.2 Développement du paradigme

L'approche par l'innovation est considérée comme la plus ancienne dans la recherche en entrepreneuriat (Paturel, 2007; Jaziri and Paturel, 2010). Elle renvoie aux nouveaux produits, à de nouvelles méthodes de production ou d'organisation, aux nouveaux marchés, à de nouvelles sources d'approvisionnement et/ou de nouvelles structures de marché. Cette perspective appuie l'idée de création de valeur nouvelle (présentée ci-dessus) provenant de l'exploitation de ces types d'innovation applicables aussi bien dans une organisation nouvelle que reprise (Paturel, 2007).

Joseph Schumpeter (1939) fut le premier à associer l'innovation à l'entrepreneuriat. Son travail s'est intéressé à l'importance de l'entrepreneur dans le processus de destruction créatrice. En effet, à travers son offre de nouveaux produits sur le marché qui remplacent les anciens, l'entrepreneur est considéré comme l'innovateur qui

engendre cette destruction créatrice. Cette dernière est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme (Jaziri and Paturol, 2010).

Peter Drucker (1985) rejoint cette perspective d'analyse du phénomène entrepreneurial. Il définit ainsi l'innovation comme la manière à travers laquelle les entrepreneurs exploitent le changement dans le but de créer un nouveau service ou une opportunité d'affaire. Cet auteur souligne la distinction entre le manager et l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat est toujours associé à la prise de risque. Et, en effet, dans les domaines d'innovation aussi bien visibles que la technologie, par exemple, le taux de pertes est élevé et les chances de succès, voire de survie, semblent assez faibles (Drucker, 1985). Cette représentation restrictive qui se limite à une définition de l'innovation essentiellement liée aux aspects technologiques a été très critiquée. En effet, cette approche limite les figures et les modèles représentatifs de l'entrepreneuriat ce qui empêche plusieurs entrepreneurs de s'identifier.

Finalement, dans leur synthèse des paradigmes dominants en entrepreneuriat, Verstraete et Fayolle (2005, p.45) proposent la définition suivante :

« L'Entrepreneuriat est une initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaires (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse ».

II. L'émergence de nouveaux paradigmes dans le champ de l'entrepreneuriat

Au-delà des quatre paradigmes dominants de l'entrepreneuriat, notre revue de la littérature nous a permis de relever de nouvelles perspectives d'analyse du phénomène. Elles correspondent essentiellement aux activités de projet, au processus et finalement à l'agir entrepreneurial.

1. Le paradigme du projet

Bien qu'elle s'inscrit dans les différentes caractéristiques des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat telles que définies par Verstraete et Fayolle (2005), la perspective du

projet en entrepreneuriat semble inhabituelle. Elle s'est développée particulièrement dans la littérature francophone, grâce aux travaux de Paturel (2007) et Schmitt et Bayad (2010). En fait, selon ces auteurs l'entrepreneuriat est indissociable de l'idée de projet. Cependant, Les chercheurs associant projet et entrepreneuriat sont rares et très peu d'entre eux étudient le lien entre ces deux concepts.

Le projet entrepreneurial est l'un des concepts de l'entrepreneuriat qui n'est pas facile à appréhender, tout comme la vision, les compétences, l'intention ou même les opportunités. Le projet est universel mais néanmoins difficile à définir. Selon Asquin, Condor et Schmitt (2011) le projet entrepreneurial semble être un facteur décisif de l'activité entrepreneuriale, ce qui n'est pas sans conséquences d'un point de vue méthodologique. Il s'agit de considérer «*ce que font les acteurs et comment ils le font*» (p. 7).

D'après les propos de Simon(1991), le projet entrepreneurial constitue un point de rencontre entre un environnement « interne »représenté par le projet lui même, et un environnement « externe » dans lequel il est mis en œuvre. Il permet donc de renseigner sur comment atteindre des buts en adaptant la substance et l'organisation de l'artefact lui-même à son environnement externe. Cette perspective montre que le champ de recherche en entrepreneuriat évolue de l'observation des caractéristiques de l'entrepreneur «Qui ?» et des décisions «Quoi ?» vers une approche qui cherche l'adaptation des moyens aux environnements et se réalise en répondant à la question « Comment l'entrepreneur envisage-t-il son projet entrepreneurial ? » (Ibid.).

Le projet est considéré également comme « *une figure de l'anticipation, qui peut, certes permettre de scénariser l'avenir, mais aussi d'instruire les rationalisations de l'action* » (Jaziri et Paturel, 2010, p.11). Il permet la conjonction de quatre univers à savoir :

- L'univers architectural : qui constitue l'articulation entre la conception et la réalisation du projet ;
- L'univers politique : qui explique la « vision sociétale du projet » ;
- L'univers philosophique : qui traduit l'intentionnalité, suite à laquelle émerge le projet;
- L'univers pragmatique : qui consiste en l'instrumentation du projet.

Pour soutenir ce paradigme, Paturel (1997, 2005 ; 2006a ; 2006b ; 2007) a élaboré les modèles des «3 E» et des «3 F» primés⁸ en 2009. Ce modèle est applicable à tous les projets d'une organisation qui se situent dans leur zone de cohérence. Les «3 E» correspondent à (Jaziri et Paturel, 2010, p.11):

- E1 représente l'Entrepreneur (le porteur de projet) et ses aspirations ; il exige un diagnostic personnel approfondi du créateur ou repreneur potentiel (seul ou en équipe) ;
- E2 constitue les ressources et les compétences possibles à intégrer à l'Entreprise ou, d'une façon plus générale, à l'organisation ;
- E3 résume les possibilités offertes par l'Environnement qu'il soit global, spécifique ou local (de proximité).

Le modèle des «3 F» constitue quant à lui, un modèle de performance applicable à la TPE/PME et aux projets entrepreneuriaux. Il distingue trois groupes d'indicateurs de la performance à savoir (Jaziri and Paturel, 2010, p 12):

- F1 symbolise l'efficacité qui consiste à approcher les objectifs des réalisations sur la base de critères en relation avec la définition des objectifs de l'entrepreneur ou du dirigeant.
- F2 synthétise l'efficience qui s'intéresse à la manière dont les ressources et compétences sont utilisées pour parvenir à telle ou telle production de l'entreprise, par exemple.
- F3 résume l'effectivité qui se concentre sur le niveau de satisfaction des parties prenantes de l'entreprise, qu'elles soient internes ou externes.

2. De la décision à l'action entrepreneuriale : vers le développement du paradigme de l'agir entrepreneurial

Les nouvelles orientations dans le champ de recherche en entrepreneuriat ont mis en exergue l'importance des moyens et des effets envisagés en s'intéressant au « comment ? ». Ce tournant a été expliqué cette dernière décennie à travers les théories de l'action et de la décision en donnant naissance à une nouvelle approche en entrepreneuriat. Il s'agit de l'agir entrepreneurial⁹ « *entrepreneurship* ».

⁸Prix spécial du jury du Grand Prix des Universités de l'Economie PME, remis par le Secrétaire d'Etat, Hervé NOVELLI, à Paris le 15 décembre 2009.

⁹ Traduit par Schmitt (2017) depuis Steyaert (2007)

L'action est sous-jacente du champ de recherche en entrepreneuriat (Schmitt, 2015a). Considérée comme un pré requis qui va de soi, elle n'a toutefois pas fait l'objet d'une réelle prise de conscience et discussion par les chercheurs dans le champ.

Cette façon de repenser l'entrepreneuriat a été initialement approchée par les travaux portant sur l'effectuation (Sarasvathy, 2001) qui ont su remettre au goût du jour le paradigme de la décision, et plus récemment ceux sur la cognition entrepreneuriale (Grégoire, Corbett and McMullen, 2011) ayant pour intérêt d'envisager l'entrepreneur dans sa globalité et ses interactions avec son environnement. Toutefois, c'est à Chris Steyart que revient l'émergence de cette approche en entrepreneuriat. Selon cet auteur, l'entrepreneuriat est un processus endogène d'actions humaines interactives visant à imaginer et créer un monde meilleur. elle stipule que l'entrepreneur ne perçoit pas l'opportunité mais il peut la créer lui-même (Steyaert, 2007).

Ici l'entrepreneur est considéré comme « *l'agent essentiel de l'entrepreneuriat... est un 'effectuator' : un acteur imaginatif qui saisit des opportunités diverses et exploite tous les moyens existants pour réaliser une pluralité d'aspirations actuelles et futures, dont beaucoup sont façonnées et créées au cours du processus même de prise de décision économique et non donnés a priori* » (Sarasvathy, 2001, p.262).

Dans son essai de construction de ce paradigme, Schmitt définit l'agir entrepreneurial comme « *une situation dans laquelle l'entrepreneur développe des actions «chemin faisant» et prend des décisions, à destination de son écosystème constitué d'acteurs, à partir d'une intentionnalité permettant de relier un futur souhaité à un contexte présent* » (Schmitt, 2017, p. 251).

Cette approche propose un nouveau niveau d'analyse, où l'entrepreneur n'est plus considéré de façon isolée mais en relation avec son écosystème. Il participe ainsi au développement de l'agir entrepreneurial en adaptant son intentionnalité, ses décisions et ses actions à ses différents environnements (Julien, 2016).

Bien que marginale encore dans la recherche en entrepreneuriat, cette approche constitue un instrument pour aborder l'action de l'entrepreneur qui apparait comme une boîte noire, et permet à l'occasion de créer une communauté scientifique autour du paradigme de l'agir entrepreneurial.

En effet l'agir, considéré comme le lien entre action et décision, est un concept clé pour de nombreux domaines en sciences sociales et humaines, d'où la dynamique de ce nouveau paradigme scientifique qui se dessine autour de l'agir entrepreneurial.

Dans cette deuxième section, nous avons essayé de montrer le dépassement de la pensée libérale en présentant la variété des approches développées dans la recherche en entrepreneuriat. En effet, ici l'entrepreneuriat n'est plus envisagé comme un système naturel mais plutôt comme un artefact, un système artificiel créé par l'homme.

Face à cette diversité de représentations tissées autour de l'entrepreneuriat, Robert Patu (2007, p.36) se demande « *Ne pourrait-on pas avancer que l'entrepreneuriat est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante ?* ».

Cette lecture multi-paradigmatique est digne d'intérêt puisqu'elle dévoile la pluralité des voies de réflexion et par conséquent le caractère complexe du phénomène entrepreneurial. Les différents paradigmes présentés apportent tout un chacun un éclairage unique et singulier des différentes facettes de l'entrepreneuriat mais se bornent à le présenter comme un résultat (Bousslikhane, 2006). Toutefois, considérés ensemble, ils renvoient tous directement ou indirectement à la perspective processuelle du phénomène. En effet, cette approche moderne de l'entrepreneuriat (section 3) à laquelle nous consacrons beaucoup d'intérêt et dans laquelle nous inscrivons ce travail de recherche, ne se limite plus qu'à l'aspect résultat, mais tient compte du processus.

Section 3 : Le processus entrepreneurial : une orientation dominante dans la recherche en entrepreneuriat

Les approches entrepreneuriales diffèrent selon les questions qui ont guidé les différents travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat. Derrière la question (What) on retrouve les travaux pionniers qui relèvent de l'approche économiste. Ensuite un tournant paradigmatique fondé sur les sciences de comportement marque la recherche en entrepreneuriat et tente de répondre aux questions (who) et (why).

Au fur et à mesure que la recherche dans le domaine se développe, la prise en compte du concept de l'entrepreneuriat en tant que processus prend davantage de l'ampleur. A ce stade de la réflexion, les travaux de recherche tentent de répondre à la question (How), considérée comme générique puisqu'elle permet d'intégrer l'ensemble des paradigmes présentés ci-haut. En effet, il a été avancé que pour comprendre l'entrepreneuriat, l'entrepreneur ne doit pas être considéré isolément mais le processus entrepreneurial doit être pris en compte (Hernandez, 1995). Ce changement de centre d'intérêt est traduit par Bygrave et Hofer (1995) par un passage des questions centrées sur l'entrepreneur vers des questions centrées sur le processus entrepreneurial (Tableau 5).

Tableau 5 : Les questions clés en entrepreneuriat

Centrées sur l'entrepreneur	Centrées sur le processus
<ul style="list-style-type: none"> • Qui devient entrepreneur ? • Pourquoi devient-on entrepreneur ? • Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ? • Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui échouent ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est ce qui permet de percevoir des opportunités effectives et efficaces ? • Quelles sont les tâches clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ? • Dans quelle mesure ces tâches sont-elles différentes de celles mise en œuvre pour un management des organisations réussi ? • Quelles sont les contributions spécifiques des entrepreneurs dans le processus ?

Source : Traduit depuis Bygrave et Hofer (1991, p. 16)

L'importance du processus entrepreneurial dans le champ a été démontré par les travaux du précurseur Gartner (1985), suivi de Bygrave et Hofer (1991), et plus tardivement ceux des français, notamment Bruyat (1993), Fillion (1997) et beaucoup d'autres.

I. Le processus entrepreneurial : un concept clé à définir

Bon nombre de chercheurs expriment une réelle volonté de réorientation de l'entrepreneuriat vers une perspective basée sur le processus, voire même construire une théorie des processus entrepreneuriaux (Comet, 2011). Nous présentons ainsi la définition de l'un de nos concepts clés, à savoir le processus et par extension le processus entrepreneurial.

1. Définition du processus

La notion de processus est utilisée davantage dans le champ de recherche en entrepreneuriat. Elle vient du latin pro (au sens de « vers l'avant ») et de cessus, cedere (« aller, marcher ») ce qui signifie donc aller vers l'avant, avancer (Wikipédia, 2019)¹⁰.

En sciences de gestion, selon la même encyclopédie universelle, un processus désigne l'organisation d'un ensemble d'activités contribuant aux objectifs d'une organisation. Ces processus peuvent être de nature commerciale, technique, administrative ou combinent l'ensemble de ces aspects (Ibid.).

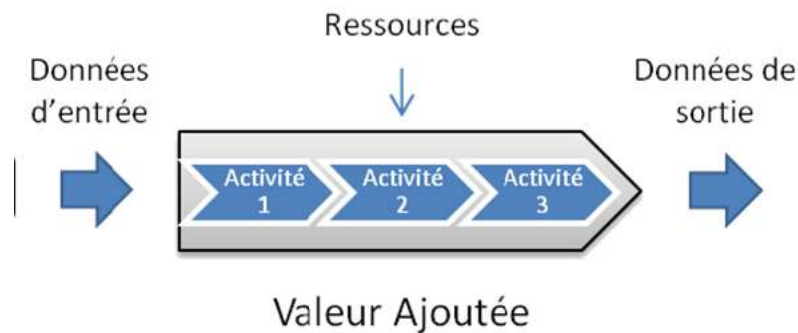
Dans une autre perspective, le processus est défini par la norme ISO 9001¹¹ comme un ensemble d'activités corrélées ou en interaction qui transforme des éléments d'entrée en éléments de sortie (Figure 3). Selon cette norme, les processus peuvent être de natures différentes, elle distingue ainsi trois types :

- Le processus opérationnel (de réalisation / production);
- Le processus support (de soutien opérationnel / support de production / ressources);
- Le processus de pilotage ou de direction (de management / décisionnel).

¹⁰<https://fr.wikipedia.org/wiki/Processus> Consulté le 11/09/2018

¹¹<https://www.certification-qse.com/definition-processus-qualite-iso-9001/> Consulté le 11/09/2018

Figure 3 : Représentation traditionnelle d'un processus



Source : Certification ISO 9001

Le Centre national de ressources textuelles et lexicales (CNRTL)¹² présente différentes définitions de cette notion :

- Le processus est une suite continue de faits, de phénomènes présentant une certaine unité ou une certaine régularité dans leur déroulement.
- En informatique, le processus est une suite d'actions élémentaires dont le résultat est équivalent à l'action principale dont elles sont la décomposition. La notion de processus permet de décrire le comportement d'un système d'exploitation.

Un processus consiste en un ensemble d'opérations ou d'activités réalisées par des acteurs avec et à l'aide de moyens, selon des références en vue d'une finalité. A ce titre, un processus est toujours orienté vers un bénéficiaire (dans notre cas l'entrepreneur) ou un système bénéficiaire, interne ou externe (Nathalie Diaz)¹³.

A partir de ces définitions, on peut relever deux aspects caractérisant la notion de processus à savoir :

- Le processus considère un ensemble d'activités ou un système, ce qui fait référence ici à l'approche systémique ;
- L'ensemble des activités présentent une corrélation c.-à-d un lien, un rapport entre elles.

¹²<https://www.cnrtl.fr/definition/processus> Consulté le 11/09/2018

¹³<http://nathalie.diaz.pagespersoorange.fr/html/qualite/3implanterlesmq/determinerprocessus/indexdetp.roc.html> Consulté le 11/09/2018

Finalement, Lorino et Tarondeau (2015, p. 318) définissent le processus comme « *une combinaison coopérative d'activités élémentaires qui mobilise des inputs de deux natures distinctes : des ressources d'une part et des compétences d'autre part* ». Ils rajoutent que ces activités sont organisées en réseau, de manière séquentielle ou parallèle, permettant de générer de la valeur pour un client externe. Sur la base de cette définition, Forest *et al.*, (1997, p.5,6) présentent quatre dimensions du processus qui peuvent être mises en évidence :

1. Un processus présente une dimension temporelle. Cela signifie que le temps :
 - borne le processus,
 - intervient comme variable explicative de phénomènes générés par leur intégration dans un processus.
2. Un processus met en relation des activités différentes selon un ordre prédéfini ou non
3. Un processus assure une transformation d'état de produits et de ressources permettant une création dynamique de valeur. Cet engagement cumulatif de dépenses, ou cette transformation d'état des ressources donne au processus une dimension productive.
4. Le processus suppose une coopération et présente ainsi une dimension coopérative.

2. Le processus entrepreneurial : définitions

Les entrepreneurs jouent certes un rôle important dans l'entrepreneuriat, mais s'intéresser au processus par lequel ils créent leurs organisations permet de mieux cerner le phénomène entrepreneurial.

Toutefois, l'étude du processus entrepreneurial ne doit aucunement faire oublier celle de l'acteur-créateur. Ce double centre d'intérêt a été d'ailleurs exprimé dans la définition de Bygrave et Hofer (1992, p.17) qui présente neuf caractéristiques importantes au processus entrepreneurial et tente ainsi d'en faire ressortir toute la complexité :

- *Le processus entrepreneurial est initié par un acte humain volontaire ;*
- *Survient au niveau de la firme individuelle ;*
- *implique un changement d'état ;*

- *implique une discontinuité ;*
- *est un processus holistique ;*
- *est un processus dynamique ;*
- *est unique ;*
- *implique de nombreuses variables préalables ;*
- *génère des conséquences qui sont extrêmement sensibles aux conditions initiales de ces variables.*

Considérées ensemble, ces caractéristiques créent un ensemble de paramètres et de critères qui doivent être satisfaits par tout modèle "idéal" d'entrepreneuriat (Ibid.).

Plus tard, Bygrave présente une nouvelle définition du processus entrepreneurial. Il le considère comme une ligne de conduite qui implique toutes les fonctions, activités et actions associées à l'identification et à l'évaluation des opportunités perçues et à la mise en réseau des ressources nécessaires au succès de la création d'une nouvelle entreprise afin de poursuivre et de saisir les opportunités susmentionnées (Bygrave, 2011). Une fois mis en place, le processus d'entreprise devient ici effectivement une progression cyclique du ciblage des opportunités et de la prise de décisions stratégiques concernant l'attribution de ressources rares à la recherche de valeur ajoutée. Cette définition fait référence au paradigme de l'opportunité, de la création d'une organisation et celui de la création de valeur, d'où le caractère englobant et systémique du processus entrepreneurial.

Le processus entrepreneurial serait donc, selon une définition plus synthétique, un processus d'apprentissage dynamique, additif et cumulatif des différentes compétences entrepreneuriales dont l'importance relative varierait significativement d'une phase à l'autre (Omrane, Fayolle et Zeribi-BenSlimane, 2015).

En somme, cette conception de l'entrepreneuriat est fortement corrélée avec le paradigme de l'opportunité d'affaire, des faits, de l'impulsion d'une organisation et celui de l'innovation. Ce constat montre que le paradigme du processus est un nouveau paradigme dominant puisqu'il tient compte de toutes les approches développées en entrepreneuriat. Il consiste à donner une place capitale à l'entrepreneur entant qu'individu cognitif et social évoluant dans un environnement, ouvert, finalisé et régulé (Jaziri et Paturel, 2010).

II. L'entrepreneuriat comme processus : Convergence des différentes approches

Plus haut, les définitions du processus entrepreneurial témoignent de sa corrélation avec les différentes approches de l'entrepreneuriat. Inversement, l'objectif ici est de relever l'importance du processus entrepreneurial en pointant du doigt la convergence des différents paradigmes autour de cette conception de l'entrepreneuriat et de présenter ses différents modèles.

La perspective de recherche engagée ces dernières décennies a consolidé la posture des auteurs relevant de l'école béhavioriste, mais en prônant une approche cognitive à visée processuelle. Le phénomène entrepreneurial représente désormais un processus d'apprentissage dynamique et évolutif dans le temps, cumulateur et générateur de compétences individuelles et collectives (Omrane, Fayolle et Zeribi-BenSlimane, 2015).

Ainsi, bien que les chercheurs aient tenté depuis des années de proposer des définitions ou des conceptualisations de l'entrepreneuriat en s'inscrivant dans des paradigmes différents, le caractère processuel semble inhérent à cet objet d'étude.

1. Synthèse des définitions de l'entrepreneuriat

Tout au long de ce premier chapitre, nous avons présenté les différentes définitions de l'entrepreneuriat telles que développées dans chaque paradigme de recherche.

L'objet de cette section est de démontrer la capacité du paradigme du processus entrepreneurial à cerner toutes les approches de l'entrepreneuriat et à permettre ainsi à tous les paradigmes développés à s'exprimer afin de saisir la complexité du phénomène entrepreneurial.

Le tableau présenté ci-dessous recense des définitions relevant de différents paradigmes afin de montrer leur prise en compte de l'aspect processuel de l'entrepreneuriat.

Tableau 6: L'entrepreneuriat en tant que processus

Approches et paradigmes	Prise en compte du processus entrepreneurial
Approche	-L'entrepreneur achète une matière première à un prix certain pour la

<p>économique</p>	<p>transformer et la revendre à un prix incertain (Cantillon, 1755).</p> <p>-L'entrepreneur doit d'abord acquérir des connaissances, rassembler les moyens nécessaires à la production et enfin en présider l'exécution (Say, 1815).</p> <p>-L'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise (Schumpeter, dans Fillion, 1997).</p>
<p>Approche behavioriste</p>	<p>-« <i>L'entrepreneuriat est la somme des qualités et des activités d'une personne qui établit et assume le risque pour créer une entreprise nouvelle ou innovante</i> »(Gartner, 1990, p.19).</p> <p>-L'entrepreneuriat repose sur le comportement de l'entrepreneur en tant que processus qui se construit graduellement au fil du temps, au fur et à mesure de son évolution (Omrane, Fayolle et Zeribi-BenSlimane, 2015).</p>
<p>Paradigme de l'opportunité</p>	<p>-« <i>Le processus entrepreneurial implique toutes les fonctions, activités et actions associées à la perception des opportunités et à la création d'organisations pour les exploiter</i> » (Bygrave et Hofer, 1991, p. 14).</p> <p>-L'entrepreneuriat renvoie au processus de création ou de saisie d'une opportunité et de sa poursuite quelles que soient les ressources actuellement contrôlées (Timmons, 1994).</p> <p>-« <i>L'entrepreneuriat est l'étude scientifique du comment, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de nouveaux produits et services sont détectées, évaluées et exploitées</i> » (Shane, Venkataraman, 2000, p.218).</p> <p>-L'entrepreneuriat est un processus dans lequel des ressources, indépendantes à l'origine, sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une opportunité d'affaire (Johannisson, 2003, dans, Jaziri et Paturel, 2010).</p> <p>-« <i>L'entrepreneur est l'initiateur d'un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunités</i> » (Hernandez et Marco, 2006, p.9, dans , Jaziri et Paturel, 2010)</p>

	« <i>L'entrepreneuriat est un processus par lequel des individus, soit en leur nom soit à l'intérieur d'organisations, poursuivent des opportunités sans tenir compte des ressources qu'ils contrôlent couramment</i> » (Stevenson et Jarillo, 1990, p. 23, dans, Chabaud et Messeghem, 2010)
Paradigme de la création d'une organisation	-L'entrepreneuriat est un processus de création d'entreprise initié par l'entrepreneur (Hernandez, 1995). -« <i>L'entrepreneuriat est envisagé comme un processus finalisé de transformation de l'entreprise et, par conséquent, du marché sur lequel agit cette transformation</i> » (Schmitt 2008, p.4)
Paradigme de la création de valeur	-« <i>L'entrepreneuriat est le processus de conception et de gestion de stratégies de croissance dynamique pour une organisation</i> » (Gartner, 1990, p.18). -« <i>L'entrepreneuriat est le processus dynamique de création de richesse supplémentaire.</i> (Ronstad, 1984, p.28, dans, Verstrete et Fayolle, 2005).
Paradigme de l'innovation	-« <i>L'innovation est l'instrument spécifique de l'entrepreneuriat, le moyen par lequel il exploite le changement comme une opportunité pour la création d'une nouvelle entreprise ou d'un nouveau service</i> » (Drucker, 1985, p.30).
Paradigme de projet	-L'entrepreneuriat est une activité à projet qui s'apparente plus à un processus qu'à un résultat(Schmitt and Bayad, 2008).
Paradigme de l'agir entrepreneurial	-L'entrepreneuriat est un processus endogène d'actions humaines interactives visant à imaginer et créer un monde meilleur. elle stipule que l'entrepreneur ne perçoit pas l'opportunité mais il peut la créer lui-même (Steyaert, 2007). L'agir entrepreneurial est « <i>une situation dans laquelle l'entrepreneur développe des actions «chemin faisant» et prend des décisions, à destination de son écosystème constitué d'acteurs, à partir d'une intentionnalité permettant de relier un futur souhaité à un contexte présent</i> » (Schmitt, 2017, p. 251).

Source : Auteur à partir de la revue de littérature

Jusqu'à ce jour, le concept de l'entrepreneuriat n'a pas connu une définition unanime. La majorité des auteurs s'accordent sur l'absence d'une définition ultime, autant pour la complexité que pour la diversité du phénomène (Tounés, 2003).

Sans prétendre à l'exhaustivité et sans remettre en question l'apport des différentes approches en entrepreneuriat, les définitions relevées lors de notre revue de la littérature révèlent le caractère indissociable du processus et de l'entrepreneuriat. En effet, dans ces définitions s'exprime explicitement ou implicitement le caractère processuel du phénomène entrepreneurial.

2. Les différents modèles du processus entrepreneurial

Reprenons la définition de Bygrave et Hofer (1991, p.14), «*le processus entrepreneurial englobe toutes les fonctions, activités et actions associées à la perception des opportunités et à la création d'organisations pour les exploiter*». Ces deux auteurs considèrent le processus entrepreneurial comme la clé qui ouvre le mystère de l'entrepreneuriat. En effet, il a été avancé que pour comprendre l'esprit d'entreprise, il faut tenir compte à la fois de l'entrepreneur et du processus entrepreneurial (Jack et Anderson, 2002). Nous partageons ce constat puisque tout au long de notre revue de la littérature, nous avons découvert que la perspective processuelle de l'entrepreneuriat est omniprésente dans presque tous les paradigmes développés (Tableau 6). Ainsi, plusieurs auteurs ont souligné l'importance du processus entrepreneurial et ont tenté de formaliser et de modéliser ses différentes étapes. Nous présentons ci-dessous certains modèles de processus entrepreneuriaux, toutefois la majorité des modèles relevés lors de notre revue de la littérature seront synthétisés dans le (Tableau 7).

Figure 4: Modèle de l'événement entrepreneurial (Shapiro et Sokol, 1982)

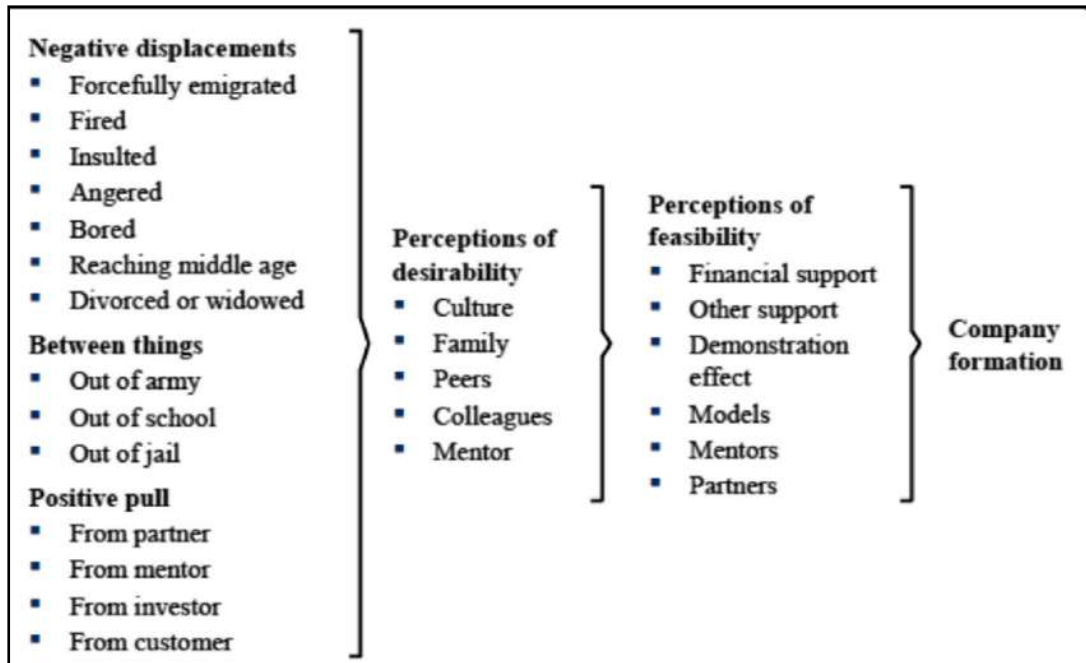


Figure 5: Un modèle de processus entrepreneurial (Carole Moore, 1986)

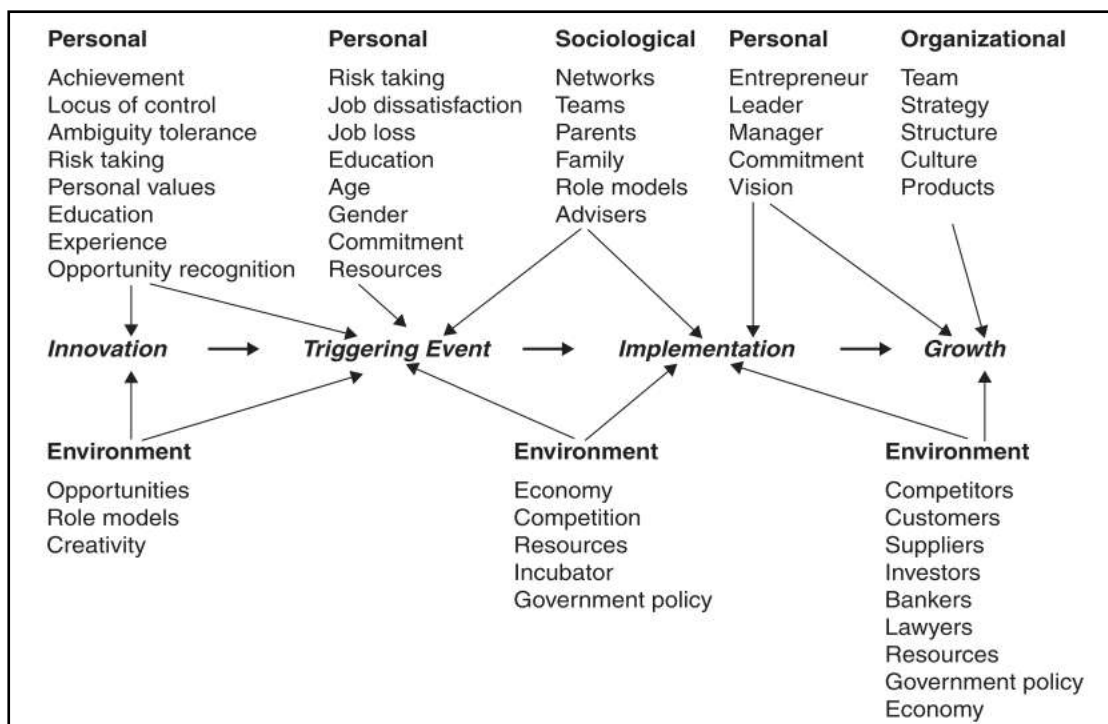


Figure 6: Modèle du processus de création d'une entreprise (Bhave, 1994)

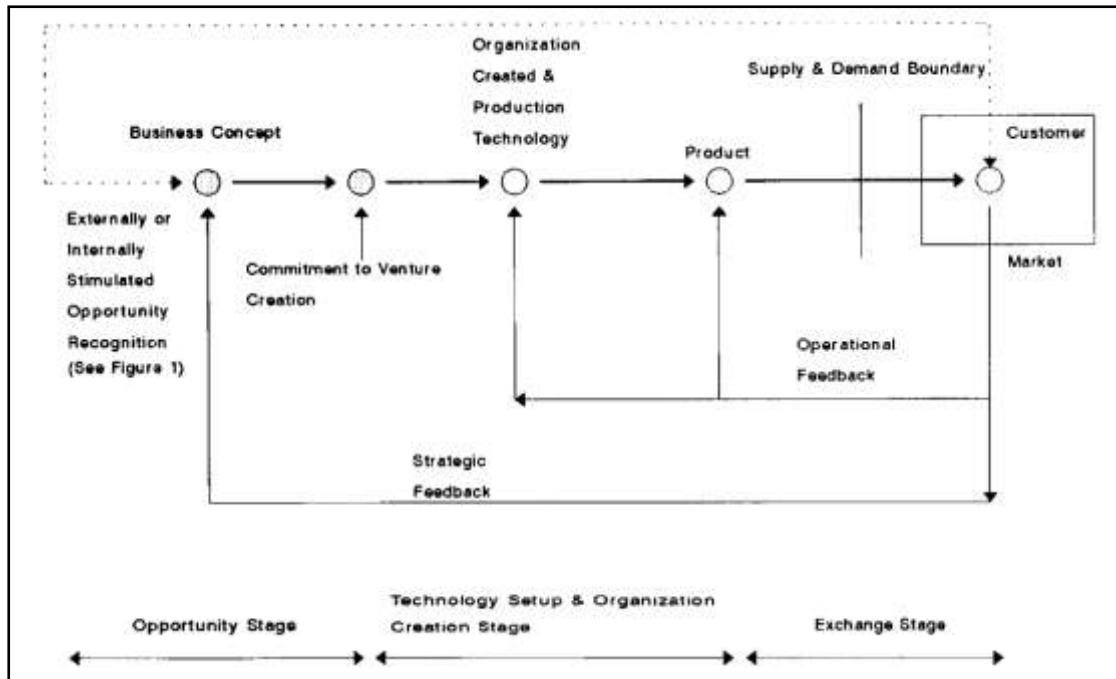
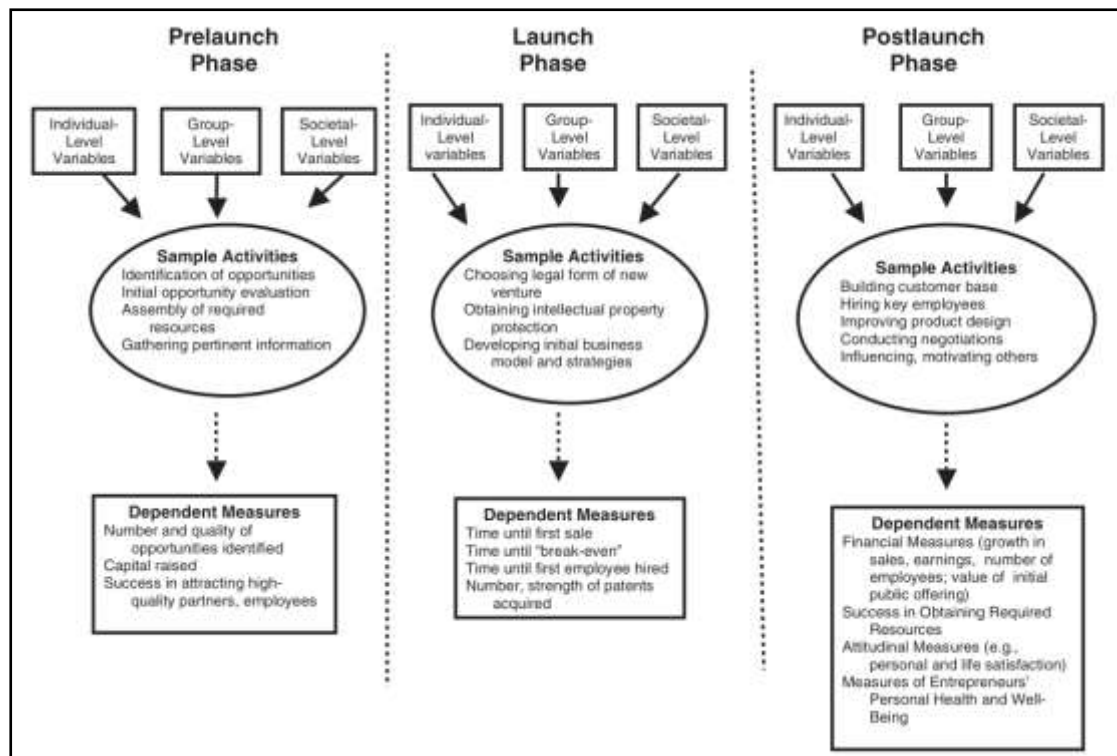


Figure 7: Etapes et activités du processus de création d'entreprises (Filion, Borges and Simard, 2006)

Étapes	Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
Activités	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identification de l'occasion d'affaires 2. Réflexion et développement de l'idée d'affaires 3. Décision de créer l'entreprise 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rédaction du plan d'affaires 2. Réalisation de l'étude de marché 3. Mobilisation des ressources 4. Constitution de l'équipe entrepreneuriale (partenaires) 5. Enregistrement d'une marque de commerce et/ou d'un brevet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à temps plein dans le projet 3. Aménagement des installations et des équipements 4. Développement du premier produit ou service 5. Embauche des employés 6. Première vente 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Réaliser des activités de promotion ou de marketing 2. Vendre 3. Atteindre le seuil de rentabilité 4. Planification formelle 5. Gestion

Figure 8: Modèle de processus entrepreneurial (Baron and Henry, 2011)



Sans prétendre à l'exhaustivité, Le tableau suivant synthétise les différents modèles de processus entrepreneuriaux développés dans la littérature.

Tableau 7 : les modèles du processus entrepreneurial

Auteurs	Phases du processus entrepreneurial
Shapero et Sokol (1982)¹⁴	Déplacement négatif ou impulsion positive Perception de la désirabilité Perception de faisabilité Formation d'entreprise
Gibb et Ritchie (1982)	Acquisition de la motivation Trouver une idée Valider l'idée Identifier les ressources Négocier pour se lancer dans les affaires Naissance et survie
Moore (1986)¹⁵	Innovation Événement déclencheur Mise en œuvre

¹⁴ Cité par Diamane et Koubaa(2016)

¹⁵ Cité par Bygrave (2011)

	Croissance
Learned (1992)¹⁶	Propension à créer Intention à créer Structure de l'information Décision
Krueger (1993)	Expériences entrepreneuriales Opportunité perçue Faisabilité perçue Intentions entrepreneuriales Propension à agir
Bruyat (1993)	Déclenchement du processus Engagement et action Survie et développement des affaires
Bhave (1994)	Phase d'opportunité Phase de Configuration technologique Phase de création d'organisation Phase d'échange
Shane and Venkataraman (2000)	Existence des opportunités entrepreneuriale Découverte des opportunités entrepreneuriale Décision d'exploitation des opportunités entrepreneuriale
Tounès (2003)	Propension entrepreneuriale Intention entrepreneuriale Décision Action
Shook, Priem, et McGee (2003)	Intention entrepreneuriale Recherche et découverte d'opportunité Décision d'exploitation à travers la création d'entreprise Activités d'exploitation de l'opportunité
Filion, Borges and Simard (2006)	Initiation Préparation Start-up

¹⁶ Cité par Hernandez(1995)

	Consolidation
Baron and Henry (2010)	Phase de pré-création Phase de création Phase post-création
Hanage, Davies et Scott (2014)	Intention entrepreneuriale Potentiel de réussite Plan d'affaires Start-up Opération Sortie

Source: Auteur à partir de la revue de littérature

Il est réducteur d'expliquer un phénomène complexe tel que l'entrepreneuriat en se référant à l'entrepreneur seul, à l'organisation impulsé, au degré d'innovation ou à la valeur cr e e. L'approche axée sur le processus entrepreneurial considère l'entrepreneuriat comme un film dont le créateur est un acteur (Hernandez, 1995), et dont le « happy end » dépend de plusieurs facteurs qui peuvent intervenir à différentes phases du processus entrepreneurial.

Les définitions et les modèles présentés dans cette section distinguent deux logiques d'analyse du processus entrepreneurial: un processus qui s'achève à la création d'une organisation et l'autre qui dépasse la création et considère la survie et le développement de l'organisation.

Le processus entrepreneurial constitue pour nous un paradigme commun en entrepreneuriat. Par conséquent, notre propre acception de l'entrepreneuriat s'inscrit dans une dimension processuelle et rejoint la perspective selon laquelle le processus entrepreneurial s'achève lors de la création d'une entreprise ou au développement d'une activité entrepreneuriale et la réalisation des premières ventes. Selon Gartner (1990) ce processus commence par « l'initiation », c'est-à-dire le moment où l'entrepreneur décide de créer son entreprise et se termine par « l'établissement » c'est-à-dire la création effective de cette dernière. Dans la même logique de raisonnement, Toun s (2003) parle de processus entrepreneurial « Amont » où l'intention prédit l'acte entrepreneurial qui serait susceptible de se concrétiser.

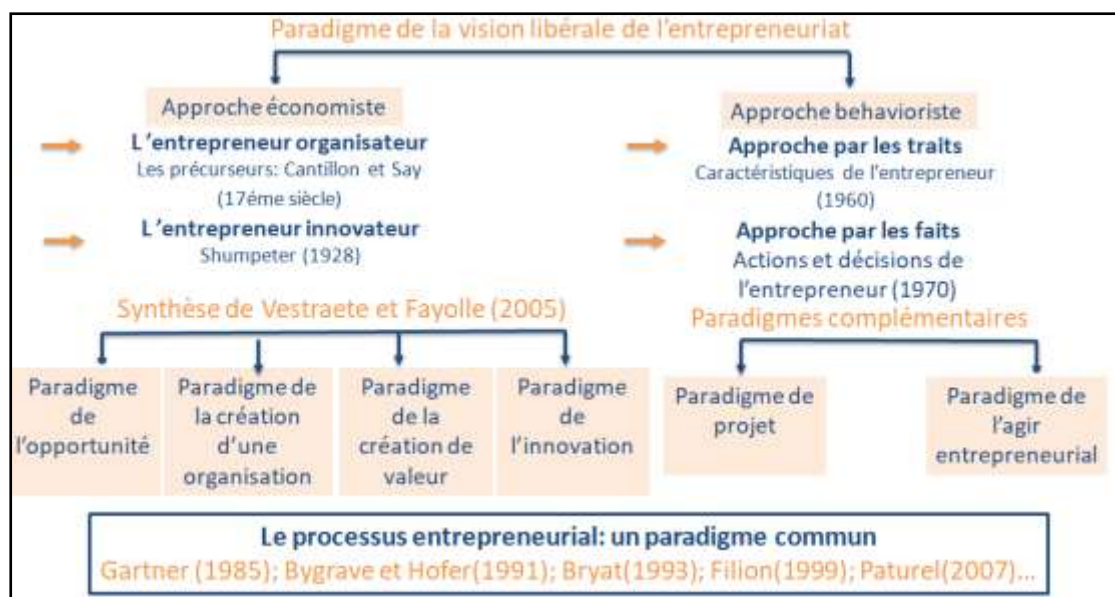
Depuis les années 1990, les recherches en entrepreneuriat s'intéressent davantage aux phases amont du processus entrepreneurial, il s'agit de considérer les individus en devenir. Cette perspective permet de s'interroger d'abord sur les phases amont du processus pour expliquer les comportements futurs. D'ailleurs pour cerner le phénomène entrepreneurial et avoir une image globale dessus, il ne suffit plus d'étudier les entrepreneurs qui ont pu concrétiser leurs projet mais plutôt considéré les entrepreneurs potentiels (en amont du processus) et également les cas d'échec.

Conclusion du chapitre 1

Tout au long de ce chapitre, nous avons exploré la littérature sur le phénomène entrepreneurial à travers une lecture multi-paradigmatique. La multiplicité des approches et paradigmes témoigne qu'il s'agit bien d'un domaine qui se développe davantage et qu'il est moins jeune qu'il n'y paraît. Nous avons présenté dans une première section les précurseurs du domaine qui relèvent de l'approche économiste et behavioriste. Face aux limites de ces fondements théoriques l'objet de la seconde section a porté sur le développement de nouveaux paradigmes mobilisés dans la recherche en entrepreneuriat. Finalement, il nous a semblé nécessaire de se positionner dans un paradigme qui va permettre de traiter au mieux notre problématique. L'approche processuelle de l'entrepreneuriat qui va cerner ce travail de recherche a été ainsi développée dans la troisième et dernière section de ce chapitre.

La synthèse des différents paradigmes renvoie au dynamisme et à la vitalité de ce champ de recherche. Généralement, les chercheurs s'accordent à considérer comme paradigmes scientifiques en entrepreneuriat le paradigme de l'opportunité, le paradigme de la création d'entreprise, le paradigme de l'innovation ou encore le paradigme de la création de valeur (Verstraete et Fayolle, 2005 ; Jaziri, 2009).

Figure 9: Synthèse des principaux paradigmes en l'entrepreneuriat



Source : Auteur

Cependant, Shane et Venkataraman (2000) soulignent que l'entrepreneuriat est définitivement un processus dynamique et évolutif et non un événement ou une action unique. Ce processus implique de nombreuses actions et ne se déroule pas de manière simple ou directe. Sa complexité réside également dans son implication de plusieurs étapes cruciales pour la création d'une organisation, mais pas nécessairement dans un ordre déterminé. Nous en avons présenté plusieurs dans la troisième section de ce chapitre, mais il serait utile d'opter pour un modèle générique qui nous permettra d'organiser notre revue de la littérature portant sur le genre et l'entrepreneuriat (Chapitre 2). Le modèle choisi devra illustrer clairement la nature de la perspective du processus et permettre d'apporter des éléments de réponse à notre question de recherche.

Nous souhaitons souligner qu'à travers l'adoption de cette perspective que nous jugeons plus large, l'objectif n'est pas de nier les approches qui ont structuré les recherches en entrepreneuriat jusqu'à aujourd'hui, mais plutôt de les compléter et de les faire cohabiter dans un ensemble plus global. Cette perspective élargie peut également faciliter la réalisation de l'objectif central recherché par ce domaine encore relativement jeune : acquérir une compréhension précise du processus complexe, impliquant des acteurs différents agissant à des niveaux différents, à travers lesquels de nouvelles entreprises sont conçues et développées. De telles recherches sont cruciales, car c'est cet échange complexe et réciproque qui conditionne le développement d'un champ de recherche.

Chapitre 2.

Genre et Entrepreneuriat dans la Littérature

Introduction du chapitre 2

À l'aube du XXI^e siècle, l'entrepreneuriat se profile comme un champ de recherche en plein essor dans le monde entier. Considéré comme une source de développement économique, d'innovation et de croissance, il a suscité autant l'intérêt des décideurs, des praticiens, que celui des chercheurs relevant de différentes disciplines (économie, sociologie, psychologie, etc.). Toutefois, le lancement d'une nouvelle entreprise semble être particulièrement désavantageux pour les femmes, qui ont beaucoup moins de chances à réussir en tant qu'entrepreneurs (Guzman et Kacperczyk, 2018). En effet, les recherches qui associent l'entrepreneuriat à l'approche genre montrent que les disparités entre hommes et femmes subsistent et que les causes demeurent peu connues (Kelley *et al.*, 2016).

Le premier chapitre témoigne d'un grand intérêt pour la recherche en entrepreneuriat, d'où la multitude des approches et des paradigmes. Cependant, cette diversité se manifeste par des difficultés quant à une définition et une terminologie unanime de l'entrepreneuriat. Pour résoudre ce problème, Gartner (1988) a préconisé que la recherche en entrepreneuriat devrait être centrée sur le processus entrepreneurial, plutôt que sur les caractéristiques de l'entrepreneur susceptibles d'évoluer au cours de ce processus. Nous avons ainsi tenté d'appuyer cette perspective et en faire un choix pour aborder notre problématique. Notre acception de l'entrepreneuriat en tant que processus ne relève pas du hasard mais elle a été justifiée et le sera tout au long de ce travail de recherche. En effet, pour analyser l'écart du genre en entrepreneuriat il est crucial d'analyser de près chaque étape du processus entrepreneurial de façon à découvrir s'il existe des barrières et des opportunités spécifiques au genre et à quelle phase du processus surviennent-elles.

L'objectif de ce chapitre est ainsi de passer en revue la littérature portant sur le genre et l'entrepreneuriat afin de mieux comprendre le contexte dans lequel les entrepreneurs évoluent. Il examinera dans une première section les différentes approches mobilisées pour cette revue compréhensive de la littérature. Ensuite un accent particulier sera mis sur la construction sociale du genre et son développement avec un aperçu des travaux portant sur l'influence du genre sur le cheminement de

carrière des hommes et des femmes et son influence sur leur expérience en entrepreneuriat (Section 2). Finalement une synthèse des différents facteurs qui favorisent ou inhibent le comportement entrepreneurial des hommes et des femmes (relevés dans la littérature) sera présentée et structurée sur la base des théories féministes adoptées et du modèle du processus entrepreneurial développé par Tounés (2003).

Section 1 : Cadrage méthodologique de notre revue de la littérature

La recherche sur le genre et l'entrepreneuriat a suscité et continue de recevoir une attention considérable de la part des communautés de chercheurs, des décideurs publics et des institutions de financement de la recherche (Melo, Silva and Tatiane Nunes Viana de Almeida, 2019). Tout au long de notre revue de la littérature sur le genre et l'entrepreneuriat, nous nous sommes attachée à identifier les limites des revues antérieures et à identifier les nouvelles perspectives de recherches.

En effet, une grande partie des travaux scientifiques sur le genre et l'entrepreneuriat se concentrent particulièrement sur l'entrepreneuriat féminin plutôt que sur la prise en compte des entrepreneurs masculins et féminins dans une perspective comparative. Ils considèrent de façon non productive le sexe biologique et ne permettent pas d'offrir des solutions à la marginalisation continue des femmes en entrepreneuriat (Muntean et Ozkazanc-Pan, 2015). Selon De Bruin *et al.*, (2006), plusieurs recherches utilisent des mesures parfois inappropriées ou sexistes. Elles incluent des études comparatives entre hommes et femmes dans lesquelles le rôle subordonné des femmes est constamment mis en évidence (Ahl, 2006), ce qui restreint le développement du domaine. De plus, selon Greene *et al.*, (2003) dans leur méta-analyse de la littérature, 94% des articles dans le champs ont des études empiriques et n'ont pas de cadre théorique rigoureux. Pour faire face à cette situation et aider à combler ce gap théorique, plusieurs appels et perspectives incitent les chercheurs à orienter leurs travaux vers de nouvelles voies de recherche (Ahl, 2006; Ahl et Nelson, 2010; Hughes *et al.*, 2012) notamment à travers la mobilisation des approches féministes (Henry, Foss et Ahl, 2016). En réponse à ces appels, de nombreux chercheurs ont mobilisé les théories féministes (Ahl Helene et Marlow Susan, 2012; Muntean and Ozkazanc-Pan, 2015), mais il reste encore beaucoup à faire.

Par conséquent, dans un souci de s'investir dans un cadre théorique innovant et par la même occasion répondre aux perspectives de recherches relevées, deux approches principales seront mobilisées. Il s'agit de l'approche féministe, qui vise à comprendre les implications et les retombées du genre sur des phénomènes divers (dans ce cas l'entrepreneuriat). La seconde est l'approche entrepreneuriale axée sur le processus notamment à travers le modèle de processus entrepreneurial développé par Tounés (2003).

I. Les singularités d'une revue compréhensive de la littérature¹⁷

Une revue compréhensive de la littérature permet de fonder sa recherche sur une base scientifique solide.

1. Les types de revues de la littérature

Une revue de la littérature est une "étude approfondie et une interprétation de la littérature sur un sujet spécifique" (Aveyard, 2007).

Les revues de littérature sont généralement conduites de deux manières:

1) En tant que revue préliminaire avant une étude plus vaste, afin d'évaluer de manière critique la littérature actuelle et de justifier les études et recherches plus poussées nécessaires.

Dans ce cas, le chercheur doit "*rechercher systématiquement, critiquer et combiner la littérature pour démontrer un vide (Gap) dans la littérature*" tout en démontrant "*sa compréhension à la fois de la recherche et des méthodes précédemment utilisées pour étudier le domaine*" (Ibid.).

2) En tant que projet en soi, qui fournit une étude complète des travaux publiés dans une discipline ou un domaine de recherche particulier sur une période donnée.

Parfois qualifié de revue systématique de la littérature ou de méta-analyse, il s'agit d'une enquête critique qui "évalue et interprète toutes les preuves de recherche disponibles et pertinentes pour une question donnée" (Glasziou *et al.*, 2001).

2. Les étapes d'une revue compréhensive de la littérature

Sur la base de l'article de (Williams, 2018) résumant le livre d'Onwuegbuzie et Frels (2015), qui présente les 7 étapes d'une revue compréhensive de la littérature (CLR), notre méthodologie comprend trois phases génériques:

- L'identification du thème de recherche

Tout au long de notre cursus universitaire, nous avons porté un intérêt grandissant pour l'entrepreneuriat. Mais c'est principalement les rapports publiés par le GEM qui ont à chaque fois attiré notre attention sur l'écart du genre et l'écart intention-action et

¹⁷ Traduit depuis, A Comprehensive Literature Review

ont incité le choix de la problématique traitée après plusieurs recherches dans le champ.

- Le lancement de la recherche

La revue de la littérature a été réalisée progressivement en commençant par la recherche de chaque mot clés à part, puis en combinant le genre et l'entrepreneuriat, le genre et le processus entrepreneurial, et enfin le genre et chaque étape du processus sur différents moteurs de recherche et bases de données scientifiques telles que google-scholar, Cairninfo, emerald insight...etc. les recherches ont été conduites à la fois en français et en anglais.

- L'organisation, l'analyse et la synthèse des informations

Les articles, rapports et thèses sélectionnés comprenaient nécessairement au moins un des mots-clés dans leur titre et/ou dans leur résumé et étaient organisés à l'aide du logiciel libre de gestion bibliographique Mendeley.

L'avancement de la revue de la littérature a permis d'affiner notre question de recherche sur la base des perspectives développées par les revues antérieures et à aboutir aux résultats présentés dans les prochaines sections.

Afin de structurer ces résultats, répondre aux appels quant à l'utilisation d'un cadre théorique innovant, les théories féministes et l'approche basée sur le processus entrepreneurial seront mobilisées.

II. Les théories féministes : Un nouveau cadre théorique pour l'étude du genre et de l'entrepreneuriat

Le féminisme renvoie à « *une prise de conscience d'abord individuelle, puis ensuite collective, suivie d'une révolte contre l'arrangement des rapports de sexe et la position subordonnée que les femmes y occupent dans une société donnée, à un moment donné de son histoire. Il s'agit aussi d'une lutte pour changer ces rapports et cette situation* » (Toupin, 1998, p.10). Il est entendu comme défense politique du groupe social inégalement traité que représentent les femmes (Grange, 2007).

Comme tout mouvement social, le mouvement féministe est traversé par différents courants de pensée (Toupin, 1998). En effet, il n'y a pas de théorie générale du féminisme mais plutôt des courants théoriques divers. Au fil du temps, différentes approches de la théorie féministe ont émergé, chacune avec une perspective

légèrement différente (Bristor et Fischer, 1993). Toutefois, Le point commun du courant féministe est qu'il existe des inégalités sociales qui désavantagent les femmes par rapport aux hommes et que ces inégalités devraient être corrigées (Ibid.). Les féministes cherchent ainsi à comprendre pourquoi et comment les femmes occupent une position subordonnée dans la société (Toupin, 1998).

Les féministes marxistes considèrent le capitalisme comme la racine de l'oppression des femmes, tandis que les partisans du féminisme africain pensent que les théories féministes ont été élaborées sur la base des problèmes des femmes occidentales et ne prennent pas en compte les problèmes des autres femmes (Giddens, 2006). Malgré les nombreuses variations au sein des théories féministes, elles ont pour objectif fondamental et commun de théoriser et d'expliquer les différences relatives au genre. Ainsi, le cœur de ce courant est le rôle du genre dans la société. Dans le cadre de ce travail de recherche, l'accent est mis sur le rôle du genre dans l'entrepreneuriat dans sa conception processuelle. Ainsi, nous avons emprunté au féminisme deux perspectives qui constituent les principales catégories de la pensée féministe (Fischer, Reuber et Dyke, 1993) afin de structurer notre revue de littérature et apporter quelques éléments de réponse à notre question de recherche. Ces deux perspectives théoriques féministes sont le féminisme libéral et le féminisme social. Elles fournissent une dichotomie et un cadre utile permettant de prendre en compte les résultats des recherches antérieures. Les principes des deux théories seront maintenant discutés.

1. La théorie féministe libérale

Le féminisme libéral appelé réformiste ou féminisme des droits égaux, est en filiation directe avec l'esprit de la Révolution française. Inspiré par la philosophie libérale, et une incarnation économique dans le capitalisme, ses principaux axes de lutte sont la liberté et l'égalité (Toupin, 1998).

Selon l'encyclopédie universelle Wikipédia, « *Le féminisme libéral est une forme individualiste de la théorie féministe, qui met l'accent sur la capacité des femmes à maintenir leur égalité par leurs propres actions et choix. Madiha Mazhar a déclaré que son objectif était de rendre les droits juridiques et politiques des femmes égaux à ceux des hommes. Les féministes libérales soutiennent que la société a la fausse croyance que les femmes sont, par nature, moins capables intellectuellement et*

physiquement que les hommes; ceci tend donc à discriminer les femmes dans les milieux académiques, les forums et le marché. Les féministes libérales estiment que la subordination des femmes est enracinée dans un ensemble de contraintes coutumières et légales qui empêchent les femmes d'entrer et de réussir dans le monde dit public. Elles luttent pour l'égalité des sexes par le biais de réformes politiques et juridiques »¹⁸.

1.1 Présentation

Unger et Crawford (1996) exposent la théorie féministe libérale en soulignant les similitudes entre les hommes et les femmes et la conviction que, dans les mêmes environnements et avec les mêmes opportunités, ils agiront de la même manière. Par conséquent, les hommes et les femmes ne diffèrent pas dans leur rationalité, mais présentent plutôt des comportements différents, car ils n'ont pas accès aux mêmes opportunités (Fischer, Reuber and Dyke, 1993; Ahl, 2006). Ainsi les féministes de ce courant réclament l'égalité des droits avec les hommes notamment :

- L'égalité de l'accès à l'éducation ;
- L'égalité dans le travail, en matière d'occupations et de salaires ;
- Egalité des lois : des lois civiles (capacité juridique pleine et entière), des lois criminelles (rappel de toutes mesures discriminatoires)
- Egalité politique (comme par exemple le droit de vote).

L'égalité complète permettrait aux femmes de participer pleinement à la société, sur un même pied d'égalité que les hommes (Toupin, 1998).

Dans le même sens, les féministes libérales estiment que les femmes ont été victimes de discrimination ou de barrières culturelles et structurelles et ont eu accès à moins de ressources (Ahl, 2006; Morris *et al.*, 2006). Pour remédier à la situation, les féministes de ce courant préconisent l'intervention du gouvernement. En plus, Toupin (1998, p. 12) souligne que « *le moyen le plus efficace pour enrayer la discrimination à l'égard des femmes réside d'abord dans l'éducation non sexiste et une socialisation différente. C'est en changeant les mentalités qu'on changera la société. L'autre moyen réside dans les pressions pour faire changer les lois discriminatoires. Ces pressions peuvent prendre la forme de mémoires au gouvernement, de sensibilisation*

¹⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Liberal_feminism consulté le 15/06/2018

du public par des colloques, par la formation de coalitions d'appui à certaines revendications, de lobbies, etc. ».

Par conséquent, ce courant de pensée a largement contribué à l'adoption de lois et de politiques interdisant les différentes formes de discrimination dans les domaines de l'éducation, de l'emploi et des salaires (Ahl, 2006).

1.2 Le féminisme libéral appliqué à l'entrepreneuriat

L'application de cette théorie au champ de recherche en entrepreneuriat attire l'attention sur l'accès relatif aux ressources nécessaires pour créer et développer une entreprise. Les féministes libérales soutiennent que *« les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en raison de discriminations ouverte et/ou de facteurs systémiques qui les privent de ressources vitales telles que la formation et l'expérience en affaires »* (Fischer, Reuber et Dyke, 1993, p. 151). Par conséquent, il est supposé que les entreprises créées par des femmes auront un rendement inférieur à celui des entreprises lancées par des hommes en raison de la discrimination susmentionnée (Watson, 2011). Les femmes entrepreneures rencontrent également des obstacles pour accéder au financement, acquérir l'expérience professionnelle appropriée et accéder à des réseaux d'entrepreneurs (networks) (Brindley, 2005).

Les féministes libérales aspirent à l'égalité des chances pour les femmes et supposent que la suppression des barrières institutionnelles et juridiques amènera les entrepreneures à obtenir des résultats aussi performants que ceux réalisés par leurs homologues masculins (Muntean et Ozkazanc-Pan, 2015). Bien que le féminisme libéral présume que les hommes et les femmes sont essentiellement les mêmes, les critiques ont souligné que l'homme demeure le modèle implicite et tacite de l'entrepreneur dans cette perspective (Ahl, 2006). De plus, la théorie féministe libérale a tendance à ignorer les inégalités entre hommes et femmes dans le travail domestique et familial, d'où le développement de nouveaux courants de pensée féministe.

2. La théorie féministe sociale/socialiste

« Le féminisme socialiste a vu le jour dans les années 1960 et 1970 en tant que rejeton du mouvement féministe et du 'NEW LEFT' qui met l'accent sur l'interconnectivité du patriarcat et du capitalisme. Les féministes socialistes soutiennent que la libération ne peut être obtenue qu'en mettant fin à la fois aux sources économiques et culturelles de l'oppression des femmes. Le féminisme socialiste est une théorie à

deux volets qui élargit l'argument du féminisme marxiste en faveur du rôle du capitalisme dans l'oppression des femmes et de la théorie du féminisme radical sur le rôle du genre et du patriarcat »¹⁹.

2.1 Présentation

La théorie féministe socialiste ou sociale tire ses origines de diverses théories, allant de la théorie de l'apprentissage social à la psychanalyse (Bristor et Fischer, 2002). Cette perspective montre qu'il existe des différences entre les expériences vécues par les hommes et les femmes dès les premiers moments de la vie, qui se traduisent par une vision fondamentalement différente du monde.

Dans cette perspective d'analyse, plutôt que de se concentrer sur les différentes opportunités mises à disposition des hommes et des femmes, elle met l'accent sur la socialisation continue des hommes et des femmes. « *La socialisation désigne les mécanismes de transmission de la culture ainsi que la manière dont les individus reçoivent cette transmission et intériorisent les valeurs, les normes et les rôles qui régissent le fonctionnement de la vie sociale* »²⁰. Les féministes de ce courant affirment que « *en raison des différences de socialisation précoce et continue, les femmes et les hommes diffèrent intrinsèquement. Cependant, cela ne signifie pas que les femmes sont inférieures aux hommes, car les femmes peuvent développer des traits différents mais tout aussi efficaces* » (Fischer et al. 1993, p. 152).

Ainsi, par opposition aux constats de la théorie féministe libérale, les femmes et les hommes ne sont pas considérés comme étant essentiellement similaires (Bristor et Fischer, 1993). L'approche féministe sociale admet que la socialisation tout au long de la vie conduit naturellement à des différences entre les hommes et les femmes (Morris *et al.*, 2006). Pour faire face à cette situation, cette théorie appelle à une révision des principales structures sociales de manière à permettre aux femmes et aux hommes de participer sur un même pied d'égalité à un plus large éventail de rôles et de mettre fin à la subordination des femmes en raison de leurs rôles traditionnels (Bristor and Fischer, 1993).

2.2 Le féminisme social appliqué à l'entrepreneuriat

¹⁹https://en.wikipedia.org/wiki/Socialist_feminism Consulté le 16/06/2018

²⁰Michel Castra, « Socialisation », *Sociologie* [En ligne], Les 100 mots de la sociologie, mis en ligne le 01 août 2013, consulté le 16 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/sociologie/1992>

En termes d'expériences entrepreneuriales, cette perspective d'analyse stipule que les femmes entrepreneures adoptent des approches différentes en affaires que celles préconisées par les entrepreneurs masculins (Watson, 2002). Par exemple, DeTienne et Chandler (2007) ont constaté que, bien que les hommes et les femmes disposent d'un capital humain différent, et qu'ils s'en servent différemment pour identifier des opportunités d'affaire, il n'y avait aucune preuve que les opportunités saisis par les hommes soient plus innovantes ni que leurs approches étaient meilleures. Ce résultat illustre la théorie féministe dans la pratique sociale, où, en raison de leur socialisation tout au long de la vie, les hommes et les femmes gèrent différemment leurs entreprises.

Dans le même sens, ce courant de pensée suggère que les hommes et les femmes sont intrinsèquement différents (Fischer, Reuber and Dyke, 1993). Ces différences ne signifient pas que les femmes sont moins performantes en affaires, mais seulement qu'elles adoptent des approches différentes, qui peuvent être ou non aussi efficaces que les approches adoptées par les hommes (Watson, 2002).

En somme, nous constatons que dans le fond, les théories féministes libérales et sociales diffèrent dans leur façon d'interpréter les différences entre les hommes et les femmes. Tandis que les féministes libérales sont convaincues que les hommes et les femmes sont pareils mais n'ont pas accès aux mêmes opportunités, les féministes sociales affirment que les hommes et les femmes sont différents car le processus de socialisation fait qu'ils ont des visions différentes du monde. Sur cette base, les deux théories ne peuvent être réconciliées. Cependant, considérées ensemble, leurs explications pour les situations des femmes, semblent plus riches et plus complètes que chaque théorie peut offrir seule.

En effet, Ces deux perspectives ont des motivations similaires: comprendre et éliminer la subordination des femmes dans la société. Elles s'appuient cependant sur des fondements théoriques distincts et développent des points de vue différents sur les origines, la nature et les implications des différences entre les hommes et les femmes. Ce cadre théorique est utile pour expliquer les divergences empiriques apparentes qui ont été rapportées par plusieurs recherches dans le champ. L'examen des études antérieures à la lumière de ces deux théories aide également à préciser quelles recherches sont nécessaires pour combler le vide théorique et développer une base

plus solide pour les décisions de gestion et les décisions politiques liées aux disparités relatives au genre en entrepreneuriat.

Ainsi, pour mieux comprendre l'expérience féminine et masculine dans le champ entrepreneurial et par la même occasion fournir des explications possibles sur l'hétérogénéité des résultats des recherches antérieures, une analyse basée sur les deux perspectives théoriques avancées, ne peut qu'être pertinente.

III. Une approche basée sur le processus entrepreneurial: développement du modèle de Tounés (2003)

L'importance de l'approche processuelle en entrepreneuriat et son caractère fédérateur a été déjà démontré (Chapitre 1, Section 3). Cette perception de l'entrepreneuriat existe depuis le travail pionnier de Jean-Baptiste-Say. Il a souligné qu'un entrepreneur doit d'abord acquérir des connaissances, rassembler les moyens nécessaires à la production et enfin en présider l'exécution (Say, 1815). Cette définition de l'entrepreneuriat renvoie à une suite d'opérations et donc à un processus. En effet, cette approche a été implicitement exprimée à l'époque mais à partir des années 90 la recherche en entrepreneuriat a changé d'orientation pour se concentrer davantage sur le processus entrepreneurial à travers le développement de différents modèles.

Bien que les modèles de processus entrepreneuriaux présentés dans le chapitre précédent diffèrent quant à leur composition et le nombre de phases qui les composent, ils présentent toutefois des éléments communs importants pour la création d'une nouvelle entreprise. Par exemple, la phase d'intention entrepreneuriale a été développée depuis les premiers travaux de modélisation (Kruger, 1993), et elle est toujours cruciale dans les modèles récemment construits, notamment ceux de Tounés (2003), Shook et al. (2003) et Hanage et al. (2014). La propension, la motivation ou encore l'action sont également présentés dans de nombreux modèles. Dans ce travail de recherche, nous avons choisi de structurer la revue de la littérature sur le genre et l'entrepreneuriat à travers le modèle de Tounés puisqu'il nous semble générique. Dans le développement qui suit, nous présentons des informations détaillées sur le modèle afin de justifier notre choix.

1. Un modèle générique de processus entrepreneurial

Selon Tounés (2003, p. 35) « *Si l'approche descriptive cherche à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans l'économie et la société, si l'approche comportementale explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les situant dans leurs contextes spécifiques, la démarche processuelle a pour objet d'analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux* ».

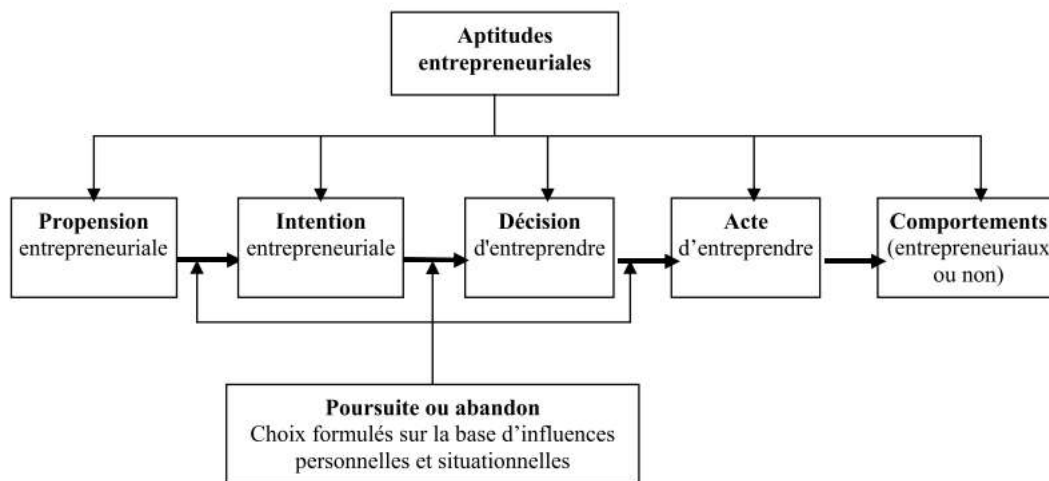
Cette vision de l'entrepreneuriat exprimée par Tounés à attirer notre attention sur son modèle et nous a poussé à s'y intéresser davantage. En effet, ce choix peut être justifié par ce qui suit :

- Le modèle de Tounés est composé de quatre étapes (propension, intention, décision, action) qui permettent d'aboutir ou pas à un comportement entrepreneurial. Ramené à notre problématique, ce modèle constitue un outil permettant d'analyser l'écart Intention-Acte et de structurer l'ensemble des facteurs qui favorisent ou inhibent le comportement entrepreneurial à la fois des hommes et des femmes.
- C'est un modèle que nous avons caractérisé de générique puisqu'il regroupe des étapes considérées comme indispensables pour plusieurs auteurs et sont retenues dans plusieurs modèles théoriques d'entrepreneuriat.
- Ce modèle prend en considération l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus amont. Il va permettre ainsi de considérer les entrepreneurs, les entrepreneurs potentiel et ceux qui ont renoncé à l'acte entrepreneurial.
- Ce modèle tient compte de la théorie du comportement planifié à laquelle nous portons beaucoup d'intérêt.
- Plusieurs recherches ont associé ces différentes phases à la perspective genre. Par exemple, l'article de Goksel et Belgin (2011) qui a analysé l'effet du genre sur la propension entrepreneuriale ... etc.

2. Les différentes phases du processus entrepreneurial développées par Tounés (2003)

Basé sur le modèle d'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), qui constitue un cadre de référence pour l'entrepreneuriat, et la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), Tounés a formalisé le processus entrepreneurial en mettant l'accent sur quatre moments forts: Propension, Intention, décision et acte.

Figure 10 : Les phases du processus entrepreneurial



Source : Tounés (2003, p. 47)

2.1 La propension entrepreneuriale

La propension renvoie à « *Une inclination, tendance naturelle à faire quelque chose ; penchant de quelqu'un pour quelque chose* »²¹. La propension entrepreneuriale est donc une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale (Fayolle, dans Tounés, 2003).

D'après Hernandez (1995), la propension à créer correspond à une combinaison de caractéristiques psychologiques et d'expériences professionnelles qui augmente la probabilité pour certains individus à tenter l'aventure entrepreneuriale.

Selon Tounés (2003, p.48), la propension entrepreneuriale « *signifie que sous l'influence de son environnement, notamment la famille, les proches, la formation, et de ses propres expériences entrepreneuriales, l'individu est sensibilisé à l'entrepreneuriat et n'écarte pas l'éventualité de fonder son entreprise* ».

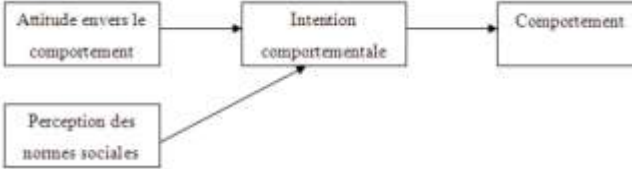
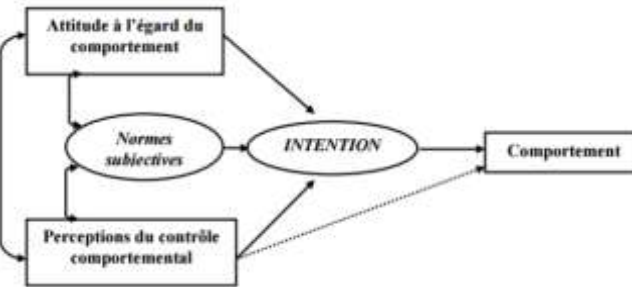
²¹<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/propension/64363?q=propension#63638> Consulté le 20/06/2018

2.2 L'intention entrepreneuriale

La multidisciplinarité du phénomène entrepreneurial a permis aux chercheurs d'exploiter à la fois les apports des recherches relevant du champ, et ceux relevant de la psychologie sociale pour interpréter l'intention entrepreneuriale. Les principales contributions de l'école de la psychologie sociale qui ont permis de cerner et modéliser le concept d'intention entrepreneuriale relèvent des travaux d'Ajzen et Fishbein, principalement, la théorie de l'action raisonnée et celle du comportement planifié (Tableau 8). D'après ces auteurs, le concept d'intention est le meilleur prédicteur du comportement. La formation de cette intention dépend des perceptions de la désirabilité et de la faisabilité du comportement ce qui renvoie au modèle de l'événement entrepreneurial (Shapiro et Sokol, 1982) qui a également été mobilisé par plusieurs auteurs pour expliquer l'intention entrepreneuriale.

Ces différentes théories se distinguent quant à leur présentation de l'intention comme déterminante du comportement mais ils intègrent également dans leur modélisation des concepts proches des éléments constitutifs de la volition (Tounés, 2003).

Tableau 8 : Les principaux cadres théoriques modélisant l'intention

Théorie	Principe	Modèle
Théorie de l'action raisonnée (Ajzen et fishbein, 1975)	Le comportement est déterminé par l'intention de son exécution	 <pre> graph LR A[Attitude envers le comportement] --> I[Intention comportementale] B[Perception des normes sociales] --> I I --> C[Comportement] </pre>
Théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)	Le comportement est une action qu'un individu a la capacité et l' intention de poser et que rien n'empêche de le faire (Broonen) 2006).	 <pre> graph LR A[Attitude à l'égard du comportement] --> I([INTENTION]) B([Normes subjectives]) --> I C[Perceptions du contrôle comportemental] --> I I --> D[Comportement] D -.-> A D -.-> C </pre>

Source : Auteur depuis la revue de littérature

En somme, dans les deux théories l'intention constitue l'indicateur de la volonté d'effectuer un comportement. C'est la phase la plus importante du processus car l'intention comportementale est considérée comme la cause directe du comportement. L'intention est déterminée par l'attitude et la norme subjective (Giger, 2008).

Selon schmitt (2017) La notion d'intentionnalité renvoie à la capacité qu'a un individu de se forger des représentations portant son empreinte (désir, volonté, rapport au monde...). Elle met en avant l'importance des moyens par rapport aux buts envisagés (logique planificatrice). Toutefois, il n'y a pas d'entrepreneuriat sans intentionnalité.

L'intention se distingue de la propension entrepreneuriale par deux aspects majeurs à savoir: *« L'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire plus ou moins formalisé, et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise, en recherchant notamment les premiers "matériaux" permettant de formaliser cette idée ou ce projet »* Tounés (2003, p. 49).

Tous les travaux portant sur l'intention entrepreneuriale témoignent de sa grande capacité à prédire le comportement. Toutefois empiriquement, cette relation n'est pas vraiment justifiée. En effet l'écart entre l'intention entrepreneuriale et l'acte entrepreneurial est très significatif et persiste dans plusieurs pays (Bosma and Kelley, 2018). En d'autres termes, une forte intention entrepreneuriale ne conduit pas forcément à un comportement entrepreneurial d'où la nécessité de découvrir les raisons de cet écart.

Dans ce sens, Bruyat (1993) définit l'intention comme une volonté individuelle ou un état d'esprit tourné vers la création d'une entreprise. Toutefois il souligne que cette notion ne doit pas être confondue avec le comportement, c'est à dire l'acte de création. En effet, la complexité de l'acte entrepreneurial suppose la prise en considération des variables psychologiques et contextuelles qui influencent l'intention. En d'autres termes, l'intention est certes une volonté personnelle, mais qui s'inscrit dans un environnement et qui dépend d'un contexte (Tounés, 2003).

2.3 La décision d'entreprendre

La manifestation de l'intention entrepreneuriale doit impliquer le déclenchement d'une prise de décision permettant ainsi de relier le processus de découverte et le

processus d'exploitation. Ces deux phases du processus entrepreneurial se distinguent par deux dimensions essentielles (Tounés, 2003) à savoir :

- La formalisation de l'idée du projet dans ses moindres détails. Elle est ainsi transformée en opportunité et validée par des études financières marketing et autres.
- La mobilisation des ressources de différentes natures (financières, logistiques etc.)

Plusieurs auteurs ont accordé beaucoup d'importance à la décision étant considérée comme le pont entre l'intention et l'action. Elle constitue également le maillon manquant qui explique le décalage entre ceux qui ont l'intention d'entreprendre sans forcément passer à l'acte, et ceux qui le font réellement (Bourguiba, 2007).

Pour Hernandez et Luc Marco (2006), la décision est une véritable idéologie professionnelle qui permet d'offrir au groupe social des managers et des entrepreneurs un cadre de référence précis. Le travail de l'entrepreneur, comme celui du manager, le pousse à prendre des décisions cruciales. Parmi celles-ci l'une lui est spécifique, il s'agit de lancer son projet entrepreneurial et commencer son activité. C'est en quelque sorte une décision originelle, fondatrice, c'est ce qui permet de devenir entrepreneur ou pas. En effet, cette phase constitue une dimension essentielle du processus entrepreneurial dont l'entrepreneur est l'acteur décideur.

Ce modèle correspond parfaitement à la conception de Gartner, il met en évidence les phases amont du processus entrepreneurial où l'entrepreneur qui dispose d'une forte intention de créer va en fonction des informations dont il dispose décider d'agir ou non. C'est ainsi que tout projet entrepreneurial ne correspond pas forcément à une situation et un comportement entrepreneurial. Il est nécessaire que la décision d'agir ait été prise avec un niveau d'engagement personnel et des implications en termes de consommation de temps et d'argent (Fayolle, 2004).

2.4 L'acte d'entreprendre

Les actions des entrepreneurs dans ce processus complexe ont pour résultat la création d'une organisation (Hernandez, 1995). L'acte d'entreprendre correspond ainsi au démarrage "physique" de l'activité entrepreneuriale qui se manifeste à travers la réalisation des premiers produits ou services (Tounés, 2003). Cependant, le lien entre intention et action n'est pas une certitude, c.-à-d. que « *la question du lien entre*

l'intention et l'action d'entreprendre et le passage à l'acte reste largement ouverte de sorte que les modèles proposés aujourd'hui s'avèrent incomplets et ne permettent pas vraiment d'expliquer et encore moins de prédire les actions entrepreneuriales »(Bourguiba, 2007, p. 29).

Le passage à l'acte d'entreprendre constitue la phase la plus complexe du processus. Il implique la considération des variables contextuelles et des facteurs psychologiques agissant sur l'intention (Learned, 1992). En plus, la réflexivité entre la pensée et l'action dans le phénomène entrepreneurial conduit à la prise en compte de la dynamique du processus de création d'entreprise et de l'évolution mutuelle de ses différentes composantes dans le temps(Verstraete, 2001). En effet, l'intention peut connaître des limites quant à la prédiction d'actions complexes d'où l'intérêt de se focaliser à la fois sur une analyse des intentions liées aux actions complexes, et explorer davantage ceux qui se sont réellement transformés en comportement entrepreneurial.

Selon Bourguiba (2007), l'action est considérée comme un système qui provoque l'apparition ou la disparition du projet de création. Il est constitué par trois pôles indissociables, et en interaction constante, pour toute création réussie (Hernandez and Luc Marco, dans, Bourguiba 2007,p. 33):

- *Un pôle personnel qui incarne l'histoire personnelle, la région d'origine, les disciplines étudiées, les formations suivies, les lieux fréquentés, la mobilité professionnelle et les motivations du créateur.*
- *Un pôle relationnel qui représente l'environnement immédiat du créateur, les réseaux de relations qu'il s'est forgés durant sa vie quotidienne, professionnelle et sociale. Il s'agit de l'environnement familial et du réseau social au sens large.*
- *Un pôle professionnel qui fait référence au vécu professionnel et la connaissance de la vie de l'entreprise, les compétences et les acquis professionnels accumulés. Par exemple, ces acquis peuvent être la maîtrise d'un savoir-faire, d'une technologie ou encore la connaissance d'un marché, d'un produit ou d'un service, etc.*

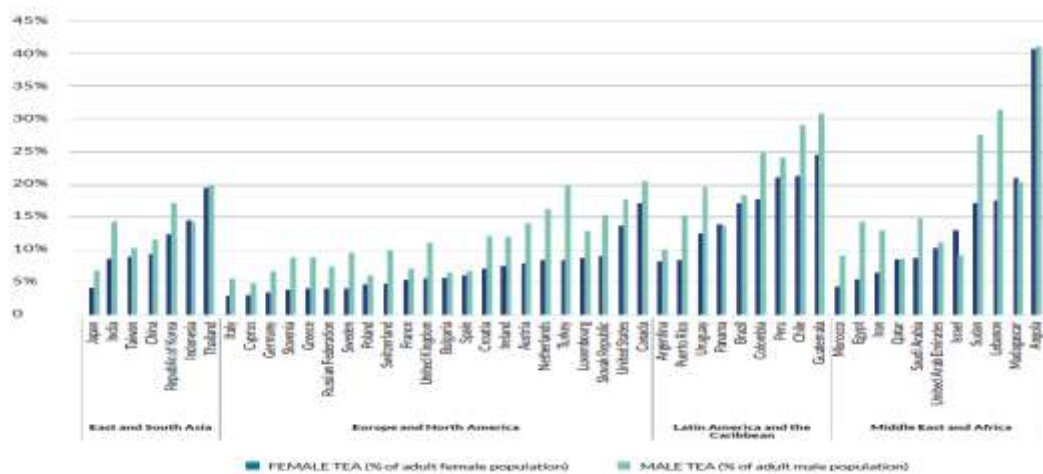
Toute recherche repose sur une méthodologie et un cadre théorique justifié. Dans cette section nous avons présenté notre méthodologie qui consiste en une revue compréhensive de la littérature et le cadre théorique adopté. En effet, la théorie féministe libérale et la théorie féministe sociale offrent un cadre théorique utile et innovant permettant d'examiner les résultats des recherches antérieures portant sur le genre et l'entrepreneuriat et de fournir des explications possibles sur leur hétérogénéité. A son tour, le paradigme du processus entrepreneurial va permettre de structurer les résultats de la littérature notamment sur la base du modèle développé par Tounés. L'objectif étant de relever les facteurs qui favorisent ou inhibent le comportement entrepreneurial des hommes et des femmes à chaque étape du processus entrepreneurial. Ainsi deux écarts seront explorés à savoir: l'écart du genre et l'écart Intention-Acte.

Après la présentation de l'approche genre et son développement, la littérature actuelle sur le genre et l'entrepreneuriat sera analysée à travers les deux théories féministes et structurée sur la base du modèle de processus entrepreneurial développé par Tounés.

Section 2. Positionnement conceptuel du Genre

Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) montre que dans la plupart des pays, les femmes lancent des entreprises à un taux inférieur à celui des hommes. Elles ne gèrent qu'un tiers des entreprises de l'économie formelle à travers le monde et la majorité de celles qui opèrent dans les économies en développement sont de très petites entreprises à un potentiel de développement très limité (OIT, 2016). Selon le rapport du GEM (2018-2019), l'écart hommes/femmes en entrepreneuriat est indéniable. La Figure 11 montre que le pourcentage des femmes impliquées dans la création d'une entreprise « TAE féminin »²² dans la plupart des économies de l'échantillon de l'étude est inférieur à celui des hommes « TAE masculin »²³. Dans le contexte marocain, par exemple, tandis que le TAE masculin représente 9,2%, le taux d'activité entrepreneuriale émergente féminin affiche uniquement 4,3%. Ces résultats classent notre pays en 44ème position en terme « d'égalité de genre »²⁴ sur les 49 économies qui ont fait l'objet de ce rapport.

Figure 11 : Distribution du TEA par genre



Source : Rapport GEM (2018-2019), p.21

Au-delà de la sous-représentativité des femmes dans les entreprises de toutes tailles, l'entrepreneuriat a toujours été un phénomène 'genré' au profit des hommes et basé

²² Traduit de « Female TEA », qui représente le taux d'activité entrepreneuriale émergente de la population adulte féminine âgée entre 18 et 64 ans

²³ Traduit de « Male TEA », il renvoie au taux d'activité entrepreneuriale émergente de la population adulte masculine âgée entre 18 et 64 ans

²⁴ Traduit de « Gender Equality », l'égalité de genre est atteinte lorsque les femmes et les hommes jouissent des mêmes droits et opportunités dans les secteurs de la société (dans ce cas l'entrepreneuriat).

sur le principe qu'un entrepreneur est naturellement et traditionnellement un homme (Hill, Leitch et Harrison, 2006).

Avant de passer en revue la littérature sur le genre et l'entrepreneuriat, nous nous attardons un peu sur le concept du genre, ses différentes définitions ainsi qu'aux origines de l'approche genre.

I. La construction sociale du genre

Le concept de genre est théoriquement complexe et est généralement confondu avec le sexe. C'est la raison pour laquelle la plupart des recherches sur le genre et l'entrepreneuriat se concentrent principalement sur l'entrepreneuriat féminin sans intégrer leurs homologues masculins. Il est particulièrement important de clarifier la différence entre les deux concepts. Alors que le sexe est un concept biologique lié à la physiologie et à l'anatomie qui divise les êtres humains en femmes et hommes (Giddens, 2006), le genre est un construit social qui considère les pratiques sociales et les représentations associées à la féminité ou à la masculinité (Ahl, 2007).

Aborder la question du genre dans ce travail de recherche et réfléchir aux raisons des disparités hommes/femmes en entrepreneuriat impose de définir ce concept pour mieux appréhender les résultats de la revue de la littérature.

1. Le genre et le sexe

Traduit de l'anglais « Gender », le genre désigne les rapports de sexe tels qu'ils sont compris par la culture et par l'histoire (Grange, 2007). Les féministes préfèrent utiliser « différence des sexes » ou « rapports sociaux de sexes » à genre. Ces différences du sexe social sont susceptibles de changer avec le temps et sont largement variables tant à l'intérieur que parmi les différentes cultures.

Le genre est donc déterminé par la conception des tâches, des fonctions et des rôles attribués aux femmes et aux hommes dans la société et dans la vie publique et privée.

Alors que la différence biologique (anatomique et génétique) des sexes est considérée généralement comme universelle, chaque société travaille spécifiquement à définir, à partir de cette différenciation biologique, sa mise en œuvre dans la différence sociale représentée par le genre (Grange, 2007). En effet, si « *plusieurs travaux persistent à croire que le sexe et le genre coïncident, la plupart des études postulent au contraire une divergence ou un lien problématique complexe entre sexe biologique et*

construction sociale du genre, créditant ce dernier d'une supériorité de richesse et de complexité » (ibid. p. 108). Dans le champ de l'entrepreneuriat par exemple, plusieurs auteurs font référence à l'entrepreneuriat féminin lorsqu'ils associent le genre à l'entrepreneuriat, mais plus récemment cette confusion s'atténue davantage.

D'après l'Agence Espagnole pour la Coopération Internationale au Développement (AECID), le genre et le sexe se distinguent par :

- Sexe : renvoie aux différences physiques, biologiques et corporelles entre les femmes et les hommes, avec lesquelles nous sommes nées et qui ne peuvent pas se modifier naturellement. Selon leur sexe, les personnes sont divisées en deux catégories: les femmes et les hommes. Sur la base de ces catégories, les identités du genre féminin ou masculin sont construites ainsi que d'autres identités de genre en évolution.
- Genre : renvoie à un ensemble de caractéristiques psychologiques, sociales, politiques et culturelles attribuées à des individus qui déterminent dans une large mesure les relations entre les hommes et les femmes, ainsi que les comportements individuels des uns et des autres.

Ainsi, dans ce travail, nous soulignons que le genre est une définition socialement construite des femmes et des hommes. Ce n'est pas la même chose que le sexe (caractéristiques biologiques des femmes et des hommes) et cela ne représente pas exclusivement la gent féminine. Tout ça pour dire que dans notre travail de recherche, en associant le genre à l'entrepreneuriat on ne vise par l'entrepreneuriat féminin mais nous considérons plutôt les hommes et les femmes dans leurs interactions et selon leur genre qui est socialement construit.

2. Le développement de l'approche genre

L'approche genre suppose de considérer les différentes opportunités offertes aux hommes et aux femmes, les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux. Il s'agit de composantes fondamentales qui influent sur le processus de développement de la société et sur l'aboutissement des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture). Le genre est intimement lié à tous les aspects de la vie économique et sociale, quotidienne et privée des individus et

à ceux de la société qui a assigné à chacun (hommes et femmes) des rôles spécifiques (L'Agence Suisse pour le Développement et la Coopération)²⁵.

L'intégration de l'approche genre dans les programmes de développement tire son origine des débats sur les femmes quant à leur participation et leur capacité à tirer profit du développement ou pas. Historiquement ces débats ont conduit à l'émergence de trois approches distinctes qui cherchent à expliquer comment le développement affecte les femmes et pourquoi il affecte différemment les hommes et les femmes.

2.1 Les approches concernant les femmes et le développement

Depuis la décennie des femmes (1975-1985), déclarée par l'Organisation des Nations Unies, et les nombreuses conférences internationales qui ont suivi, il est difficile d'ignorer le rôle économique, social et culturel des femmes dans le développement de toute société. Pourtant, malgré la multiplication des forums et des programmes spéciaux visant l'intégration des femmes, force est de constater que leurs besoins, intérêts et contraintes sont encore souvent ignorés dans l'élaboration des politiques, des projets et des programmes de développement. Ainsi, trois grandes approches idéologiques ayant trait à la place de la femme dans le processus de développement se sont développées. Il s'agit de l'Intégration des Femmes au Développement (IFD)²⁶, l'approche Femme et Développement (FED)²⁷ et l'approche Genre et Développement (GED)²⁸.

2.1.1 *Intégration des Femmes au Développement (IFD)*

Cette approche est apparue au début des années 1970 par un réseau de femmes spécialistes du développement qui cherchaient à remettre en question les théories du développement existantes en contestant que le développement économique avait des effets identiques sur les hommes et les femmes (Tinker, 1990). Le mouvement Women in Development (WID) a pris de l'ampleur dans les années 1970, sous l'impulsion de la résurgence des mouvements de femmes dans les pays développés, et plus particulièrement des féministes libérales qui luttent pour l'égalité des droits et des chances en matière d'emploi aux États-Unis (Razavi and Miller, 1995).

²⁵ http://www.gender.cawater-info.net/what_is/index_e.htm Consulté le 2/07/18

²⁶ Traduit depuis Women In Development (WID)

²⁷ Traduit depuis Women and Development (WAD)

²⁸ Traduis depuis Gender and Development (GAD)

Cette approche associe l'origine des problèmes relatifs au genre à la non intégration des femmes dans les programmes et les approches de développement. Elle considère les femmes comme un groupe n'ayant pas accès à l'opportunité de participer au développement (Lucy, 2004). Ainsi, pour améliorer la situation de la femme dans la société, cette approche préconise la prise en compte des femmes dans les programmes et les plans de développement et l'amélioration de l'accès aux ressources nécessaires (ibid.). Elle a mis beaucoup d'emphasis sur la capacité des femmes à s'outiller pour s'intégrer aux structures de développement. Cette perspective renvoie aux propos de la théorie féministe libérale présentée ci-haut.

L'approche IFD a ainsi donné naissance à la Première Conférence Mondiale sur la Femme à Mexico et à la décennie des Nations Unies sur l'avancement de la femme de 1975 à 1985 mais présente pourtant certaines limites (Lucy, 2004). En effet, son application accorde une importance majeure aux responsabilités des femmes pour assurer leur intégration et participation au développement mais néglige toute considération des rapports Hommes-Femmes et ne cherche donc pas à modifier les rapports d'inégalités entre eux. En plus, ce mouvement ne questionne pas les structures du développement et le développement lui-même. Elle l'accepte tel qu'il est et ne fait que promouvoir l'intégration des femmes à celui-ci (CDÉACF)²⁹. Pour finir, cette approche a eu tendance à se concentrer exclusivement sur les aspects productifs du travail des femmes, ignorant ou minimisant l'aspect reproductif de la vie des femmes. Ainsi, les projets proposés sont généralement des activités génératrices de revenus où les femmes acquièrent une compétence ou un savoir-faire particulier et sont parfois organisées en coopératives de commercialisation (Rathgeber, 1989).

2.1.2 Femme et développement(FED)

L'approche Femmes et développement (FED) est apparue à la fin des années 1970 suite aux limites et aux critiques formulées à l'égard de l'approche (IFD). Plutôt que de s'intéresser seulement aux stratégies d'intégration des femmes au développement, elle met l'accent sur la relation entre les femmes et le processus de développement. En effet, en adoptant une perspective féministe marxiste, le principal apport de (FED)

²⁹ Consulté sur le site officiel du Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine (CDÉACF) via le lien : http://bv.cdeacf.ca/bvdoc.php?no=2004_09_0004&col=CF&format=htm&ver=old#_Toc94676616

est que les femmes ont toujours fait partie du processus de développement (Lucy, 2004). Elle affirme que grâce à leur travail à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du foyer, les femmes ont toujours été des acteurs économiques importants au maintien de la société. Le point central de ce mouvement est que les femmes doivent être autonomisées économiquement et émancipées de la pauvreté car cela leur permettra de contribuer et de bénéficier du développement (Mataire Munyaradzi, 2013).

La perspective FED reconnaît que la structure des inégalités au sein du système international a également eu des effets négatifs sur les hommes du tiers monde qui ne jouissent pas d'un statut privilégié, mais elle a accordé peu d'attention aux relations sociales du genre au sein des classes (Rathgeber, 1989). Elle offre ainsi une vision plus critique de la position des femmes que celle préconisée par l'approche IFD et intègre les hommes dans son analyse, mais elle ne parvient pas à entreprendre une analyse complète de la relation entre le patriarcat, les différents modes de production et la subordination et l'oppression des femmes (Ibid.).

2.1.3 Genre et Développement (GED)

L'approche « genre et développement » a vu le jour à la fin des années quatre-vingt comme une alternative aux approches précédentes. Issue de la théorie féministe socialiste, elle s'appuie sur l'ensemble de l'organisation sociale, de la vie économique et politique, afin de comprendre la formation des aspects particuliers de la société. Elle s'intéresse, non pas à la femme en soi, mais, à la construction sociale de genre et à l'attribution des rôles et des responsabilités spécifiques que la société attend des hommes et des femmes. Le genre n'est donc rien d'autre qu'un construit social.

En effet, ce mouvement ne se concentre pas uniquement sur les aspects productifs ou reproductifs des femmes (et des hommes) à l'exclusion de l'autre. Il analyse la nature de la contribution des femmes dans le contexte du travail effectué à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de la maison, y compris la production non marchande, et rejette la dichotomie public/privé qui a été couramment utilisée comme un mécanisme permettant de sous-estimer le travail à domicile effectué par les femmes (Rathgeber, 1989). Les approches socialiste/féministe et GED accordent une attention particulière à l'oppression des femmes dans la famille et entrent dans la soi-disant "sphère privée" pour analyser les hypothèses sur lesquelles sont fondées les relations conjugales.

Plus particulièrement, les théoriciens de l'approche GED cherchent à comprendre pourquoi les femmes ont été systématiquement reléguées à des rôles inférieurs ou secondaires (Rathgeber, 1994). En effet « *les femmes ont été affectées aux emplois les moins rémunérés, les plus monotones et parfois les plus dommageables pour leur santé. Ceci était dû en partie à leur faible niveau d'instruction, mais également au rôle secondaire qui leur était assigné comme source de revenus* » (Ibid. p. 6).

Les féministes de ce mouvement identifient alors la construction sociale de la production et de la reproduction comme étant le fondement de l'oppression des femmes et elles ont fait porter l'attention sur les rapports sociaux de genre 'social relations of gender', remettant en question la validité des rôles assignés aux femmes et aux hommes dans les différentes sociétés. Cette approche met également davantage l'accent sur la participation de l'État à la promotion et l'empowerment des femmes (Lucy, 2004).

Les approches IFD, FED et GED ont progressivement cessé de mettre l'accent sur la culture et le caractère national, en tant que variables expliquant le sous-développement, et mettent davantage l'accent sur les facteurs structurels résultant notamment des relations entre pays industrialisés et pauvres. Ces mouvements ont donné naissance à plusieurs projets de développement en privilégiant la contribution à la fois des hommes et des femmes à ce processus.

II. Travail, diversité et genre

Traditionnellement, la société consacre aux femmes les responsabilités familiales tandis que les hommes s'engagent dans la sphère économique. Cette réalité reflète la construction sociale du genre, selon laquelle les caractéristiques d'attention et de soutien sont attribuées aux femmes, et font en sorte que leur fonction naturelle s'exerce au sein de leur foyer. West et Zimmerman (1987) expliquent l'étendue de cette influence en soulignant l'impact du genre sur l'allocation du pouvoir et des ressources dans les sphères domestique, économique et politique, ainsi que dans des relations interpersonnelles. Néanmoins, la société est dynamique et la succession des mouvements féministes fait que la construction sociale du genre évolue parallèlement aux circonstances. Au fil des années, les changements dans les sociétés et les mentalités ont eu un impact sur la relation entre le genre et le travail.

L'ampleur de ces changements a permis l'amélioration de l'accès des femmes à l'éducation et l'emploi salarié et a eu également un impact sur les attentes des femmes entrepreneures et sur les paramètres de la société dans laquelle elles évoluent. C'est pourquoi nous présentons dans ce qui suit l'évolution de la participation des femmes à l'éducation et au marché du travail afin de mieux comprendre le contexte dans lequel évoluent les entrepreneurs.

1. L'accès des femmes à l'éducation et au marché du travail

Plusieurs pays se préoccupent de l'éducation des filles au même titre que celle des garçons et sur l'accès des hommes et des femmes au marché de travail sur un même pied d'égalité. Les milieux gouvernementaux s'y intéressent à leur tour en raison de la mobilisation internationale que suscitent ces problématiques et l'insistance des populations et de la société civile.

Ces dernières années, l'augmentation rapide qu'a connue l'éducation des femmes par rapport à celle des hommes peut être motivée par plusieurs raisons. Tout d'abord, si le taux d'emploi des femmes augmente et que l'éducation confère des avantages sur le marché du travail, les familles vont investir davantage dans l'éducation de leurs filles (Heath and Jayachandran, 2017). En plus, au fur et à mesure que l'activité économique s'éloigne du travail basé sur la force physique au profit d'un travail basé sur la force mentale, comme dans le secteur des services, les femmes travailleuses acquièrent un avantage comparatif (Pitt, Rosenzweig et Hassan, 2012). La réduction de la fécondité et l'amélioration de la santé maternelle permettent également aux femmes de consacrer plus de temps au travail.

Force est de constater que malgré les efforts notables des organismes et des sociétés pour assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité, l'écart filles-garçons persiste surtout au niveau du primaire (Figure 12). Les freins à l'éducation des filles sont multiples (UNESCO, 2018) :

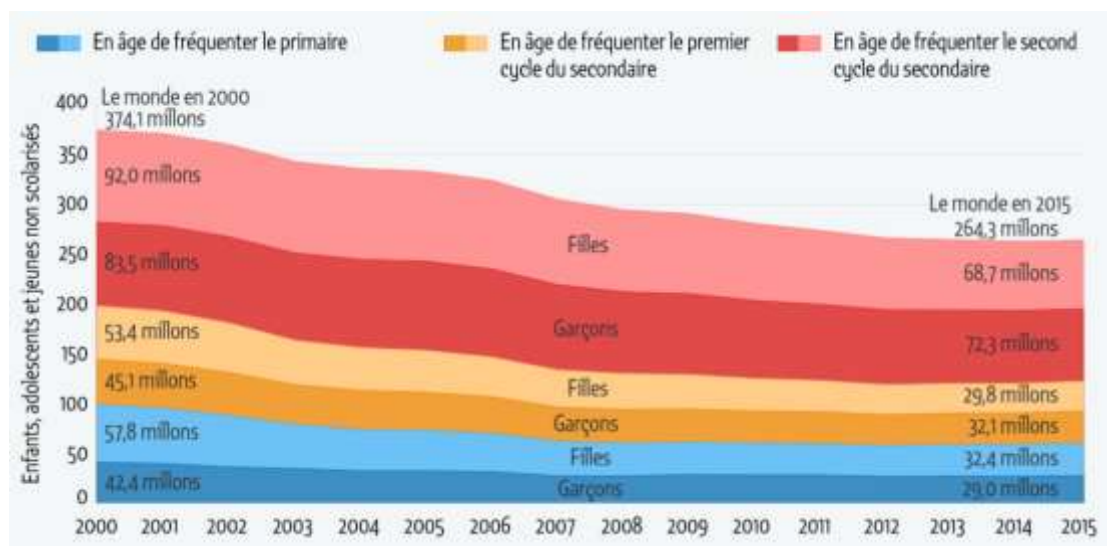
- **Les traditions culturelles** : *Dans certaines sociétés, les filles sont considérées comme un fardeau pour la famille. Leur éducation n'a donc aucune importance car leur destin est d'être mariées jeunes et de s'occuper des tâches ménagères et des enfants.*
- **L'ignorance des lois et du droit** - *Les parents, n'étant parfois jamais allés à l'école eux-mêmes, ne remettent pas en question les discriminations liées aux*

traditions culturelles de ne pas scolariser les filles. Dans certains pays, les violations des droits des filles sont si répandues et normalisées que les sanctions sont rares.

- **La pauvreté** : *Les familles en situation d'extrême pauvreté ne peuvent subvenir aux frais de scolarité de leurs enfants, et si elles le peuvent, elles font souvent le choix d'envoyer leur garçon plutôt que les filles.*
- **Les violences à l'école et sur le trajet de l'école** : *Les filles, plus que les garçons, sont exposées à la maltraitance, aux violences physiques et morales, et aux abus sexuels à l'école, de la part du personnel éducatif ou des garçons, et sur le trajet de l'école, ce qui conduit de nombreux parents à retirer leurs filles de l'école.*
- **Les menstruations** : *1 fille sur 10 ne va pas à l'école quand elle a ses règles car de nombreux établissements scolaires ne proposent pas d'endroit où elles peuvent se changer, ou alors parce que les protections hygiéniques coûtent cher et qu'elles sont forcées de rester chez elles.*
- **Les risques pour la santé** : *L'épuisement physique et moral dû au travail forcé, les douleurs récurrentes dues à l'esclavage domestique, les grossesses précoces et infections sexuellement transmissibles suite aux violences sexuelles, et les mutilations génitales féminines les empêchent d'avoir une scolarité normale.*
- **Les mariages précoces et forcés** : *Chaque année dans le monde, 12 millions de filles sont mariées avant l'âge de 18 ans. Ces filles sont généralement déscolarisées pour subvenir aux besoins de leur mari, s'occuper des tâches ménagères et des enfants. Les mariages forcés maintiennent les filles dans un statut inférieur à l'homme.*
- **Les grossesses précoces** : *Elles contraignent les adolescentes à quitter l'école. Elles sont la conséquence des mariages précoces et forcés, des violences sexuelles et du nonaccès à la contraception et à l'avortement.*
- **L'absence de certificat de naissance** : *Les filles sans identité juridique et sans certificat de naissance ne peuvent pas s'inscrire à l'école, passer d'examens scolaires, obtenir des diplômes et ne peuvent pas poursuivre leur éducation jusqu'au bout pour prétendre à un métier et sortir de la pauvreté.*

- **La traite et le travail infantile** : La pauvreté amène souvent les parents à faire travailler leurs filles ou à les vendre. Considérées comme une charge, ce sont les premières à être exploitées.
- **Les situations d'urgence** : exacerbent la vulnérabilité des filles et les discriminations. Les écoles détruites par la guerre, les conflits ou une catastrophe naturelle les rendent impraticables et dangereuses, l'isolement en cas d'épidémie, la précarité des camps de réfugiés, privent les filles d'éducation. Les familles se retrouvent aussi dans des situations précaires qui augmentent la pression économique qui pèse sur les foyers, entraînant les familles à marier leur fille ou à les obliger à travailler.

Figure 12 : Nombre d'enfants, d'adolescents et de jeunes non scolarisés dans le monde, 2000-2015



Source : Institut de statistique de l'UNESCO (2017).

Selon l'institut des statistiques de l'UNESCO (2018), les filles restent les premières victimes d'inégalités dans le monde et en particulier dans les pays en voie de développement. La même source relève des chiffres alarmant quant à la discrimination injuste à l'égard des filles et des femmes³⁰ :

- 132 millions de filles âgées de 6 à 17 ans sont encore privées d'école ;
- 63 % des adultes analphabètes dans le monde sont des femmes ;
- 1 fille sur 4 ne va pas à l'école dans les pays en développement ;
- 64 millions de filles sont astreintes au travail forcé ;

³⁰ Consulté sur <https://www.plan-international.fr>

- *12 millions de filles sont mariées de force chaque année avant l'âge de 18 ans, soit près de 33 000 filles par jour ;*
- *Près de 120 millions de filles, soit 1 fille sur 10 de moins de 20 ans, ont été confrontées à la violence sexuelle.*

Malgré ces inégalités, plusieurs études déclarent qu'une fois à l'école, les filles réussissent mieux que les garçons. Toutefois elles sont moins nombreuses à s'orienter vers les filières scientifiques et techniques ce qui se traduit par des différences d'insertion professionnelle et leurs possibilités de s'investir dans une activité entrepreneuriale se restreint (ONISEP³¹, 2015). Les différences dans le choix de profession selon le sexe se retrouvent dans de nombreux pays puisque même à des niveaux de formation identique, les jeunes hommes s'insèrent mieux au marché de travail. Ils choisissent des spécialités porteuses comme la production et les sciences exactes tandis que les jeunes femmes privilégient les spécialités des services et les sciences humaines et sociales. Pour la filière d'informatique, les filles sont sous représentées quelque soit la région du monde concernée (ONISEP, 2015). En France par exemple, 84% de femmes s'orientent vers des formations paramédicales et sociales et 73% d'hommes sont en écoles d'ingénieurs. Concernant le travail, 77.4% de femmes dans les services face à 89,5% d'hommes dans la construction. En plus, 81.5% de femmes occupent des postes à temps partiel puisqu'elles prennent en charge 80% de tâches domestiques. Ces statistiques expliquent en partie l'écart entre les salaires reçus par les hommes (2240 € en moyenne) et ceux reçus par les femmes (1834 € en moyenne) (Ibid.).

Les écarts salariaux persistent dans tous les pays du monde, même quand le taux d'emploi et de participation féminins augmentent et égalent ceux des hommes. Ces écarts constituent clairement le noyau dur des inégalités de genre sur le marché du travail (Meulders,*et al.*,2005). En effet malgré une réduction sensible des disparités hommes-femmes au sein de plusieurs pays en termes d'éducation et d'accès à l'emploi, l'écart de rémunération reste quasiment inchangé (Lavictoire *et al.*, 2005).

Plusieurs recherches soulignent l'existence d'un autre problème lié à l'emploi des femmes. Il s'agit du plafond de verre auquel les femmes sont souvent confrontées (Grange, 2007; Bernard, Moign and Nicolai, 2013; Chasserio, Pailot and Poroli,

³¹ Office National d'Informations sur les Enseignements et les Formations

2016) et qui s'étend à l'entrepreneuriat. Cette métaphore inventée dans les années 70 aux USA, décrit la barrière subtile qui empêche les femmes de gravir les échelons hiérarchiques pour accéder aux positions professionnelles les plus élevées (Buscatto et Marry, 2009).

Toutes ces inégalités relèvent en grande partie du fait que les filles et les garçons intériorisent très tôt les stéréotypes de genre et se conforment aux attentes sociétales en anticipant leur devenir une fois adultes.

Finalement, il semble indéniable que la scolarisation des filles soit un facteur important à leur participation accrue, une fois femmes, au marché du travail et permettra par la même occasion d'atténuer le plafond de verre. Pareillement, l'éducation à l'entrepreneuriat permet d'inculquer une culture entrepreneuriale et par conséquent donner naissance à des entrepreneurs potentiels (Manzani, 2018). Toutefois, de part leur nature et leur processus de socialisation, les hommes et les femmes continueront d'avoir des expériences différentes en éducation ce qui se répercute naturellement sur leur choix de carrière. Il serait donc intéressant de comprendre le rôle du genre dans ce processus et son impact éventuel sur le choix d'une carrière entrepreneuriale.

2. Genre et expériences entrepreneuriales

L'entrepreneuriat est devenu un domaine de recherche important. Parallèlement à sa croissance, un intérêt grandissant se construit autour de l'entrepreneuriat féminin. Cela n'est pas surprenant, car l'entrepreneuriat est l'un des moyens par lesquels les femmes peuvent percer le plafond de verre rencontré au sein des organisations (Zapala et Zieba, 2014).

En 2016, le nombre de femmes créatrices ou dirigeantes de nouvelles entreprises était d'environ 163 millions dans 74 économies à travers le monde (Kelley *et al.*, 2016). En outre, on estime à 111 millions le nombre de femmes qui gèrent des entreprises en activité (Ibid.). Cela montre non seulement l'impact des femmes entrepreneures à travers le monde, mais met également en évidence leur contribution à la croissance et au bien-être de leurs sociétés. Les femmes entrepreneures fournissent également des revenus à leurs familles, des emplois à leurs communautés, ainsi que des produits et services qui apportent une valeur nouvelle au monde qui les entoure.

Toutefois, l'écart du genre en entrepreneuriat est une réalité mondiale. Le lancement d'une nouvelle entreprise peut être désavantageux pour les femmes, qui ont moins de chances de devenir chefs d'entreprise que les hommes (Guzman et Kacperczyk, 2018) et sont moins susceptibles de surperformer lorsqu'une nouvelle entreprise est fondée (Ibid.).

2.1 Histoire de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin

La littérature sur l'entrepreneuriat, principalement axée sur l'entrepreneur masculin, est apparue dans les années trente. La fin des années 1970 a vu l'émergence d'un sous-domaine explicite, il s'agit de l'entrepreneuriat féminin (Jennings et Brush, 2013). Basé sur un article de Yadav et Unni (2016), Les événements historiques qui ont marqué l'émergence et le développement de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin seront présentés dans ce qui suit (Tableau 9).

Le premier article académique sur l'entrepreneuriat féminin a été publié en 1976 par Schwartz dans le Journal « Contemporary Business ». Trois ans plus tard, il y a eu la publication du premier rapport politique dans ce sous-domaine intitulé «*The bottom line: Unequal enterprise in America*» à Washington DC.

La première communication scientifique sur les femmes entrepreneures a été présentée par Hisrich et O'Brien lors de la Conférence du Babson College sur l'entrepreneuriat en 1981.

Goffee et Scase ont publié à leur tour le premier ouvrage universitaire sur les femmes entrepreneures en 1985. Les premières recherches sur l'esprit d'entreprise supposaient que les hommes et les femmes entrepreneurs étaient généralement les mêmes (perspective libérale) et qu'il n'y avait pas de nécessité spécifique à mener des enquêtes distinctes (Bruni et al. 2004). Par conséquent, l'entrepreneuriat féminin ne s'est développé en tant que sous-domaine distinct et a eu un regain d'intérêt important qu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000 (Jennings et Brush, 2013) avec le lancement de deux conférences spécialisées. Premièrement, une conférence de l'Organisation de la Coopération et de Développement Economiques (OCDE) sur les femmes entrepreneures dans les petites et moyennes entreprises qui a eu lieu en 1998. Deuxièmement, une conférence universitaire « Diana International » a eu lieu en 2003.

C'est ainsi que plusieurs revues de renommée dans le champ de l'entrepreneuriat ont reconnu le besoin croissant de recherche dans ce sous-domaine. La revue « Entrepreneurship Theory and Practice » a publié un numéro spécial sur l'entrepreneuriat féminin en 2006 et 2007 (De Bruin *et al.*, 2006), puis à nouveau en 2012 (Hughes *et al.*, 2012). Ce n'est pourtant qu'en 2009 qu'un journal dédié spécialement à ce sous-domaine « International Journal of Gender and Entrepreneurship » a été lancé. Plus tard, le programme du Global Entrepreneurship Monitor a également consacré une grande importance à l'étude de l'entrepreneuriat féminin, avec un rapport spécial sur les femmes entrepreneures en 2006, suivi de rapports ultérieurs en 2010, 2012 et 2016. En 2015, le Global Entrepreneurship Development Institute a publié le rapport intitulé Female Entrepreneurship Index, qui analysait les conditions propices à la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans 77 pays.

Tableau 9 : Synthèse chronologique des premières études sur l'entrepreneuriat féminin

Année	Type de l'étude	Référence
1976	Premier article de journal	Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. <i>Journal of Contemporary Business</i> , 5, 47–76. 1979
1979	Premier rapport politique	The bottom line: Unequal enterprise in America. (1979). Report of the President's Interagency Task Force on Women Business Owners. Washington, DC: Government Printing Office.
1983	Premier papier de conférence	Hisrich, R.D., & Brush, C.G. (1983). The woman entrepreneur: Presentation implications of family, education, and occupation. Wellesley, MA: Babson College
1985	Premier ouvrage académique	Goffee, R., & Scase, R. (1985). Women in charge: The experiences of female entrepreneurs. London: George Allen and Unwin.
1998	Première conférence politique	Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) on Women entrepreneurship Conference http://www.oecd.org/cfe/smes/womenentrepreneurskeymessages.html
2003	Première conférence académique	Diana International Conference on Women's Entrepreneurship Research http://www.babson.edu/Academics/centers/blankcenter/globalresearch/diana/Pages/home.aspx
2006	Premier rapport	Global Entrepreneurship Monitor's (GEM) special topic report on women and entrepreneurship
2009	Premier Journal	International Journal of Gender and Entrepreneurship

Source : Traduit depuis Yadav et Unni (2016, p.3)

Originnaire des États-Unis et du Royaume-Uni, la recherche sur l'entrepreneuriat féminin est maintenant menée par des chercheurs relevant de différents pays et appartenant à des disciplines multiples. Elle est passée d'une exploration purement descriptive, dépourvue d'un apport théorique, à un effort clair d'intégration de la recherche dans des cadres conceptuels très éclairés.

2.2 Le genre et l'entrepreneuriat : quatre questions fondamentales relevées dans la littérature

Bien que rarement reconnue, la recherche sur l'entrepreneuriat féminin trouve ses racines intellectuelles dans deux domaines d'études plus vastes et qui se chevauchent parfois: (1) la littérature sur le genre et les professions et (2) la théorie féministe que nous adoptons dans ce travail de recherche. La littérature sur le genre et les professions examine l'évolution des rôles et des expériences des hommes et des femmes dans le monde du travail (Powell, 2011).

La théorie et la recherche féministe repose sur l'hypothèse plus spécifique que le genre n'est pas simplement fondamental dans la structuration de la société, mais que ce processus désavantage les femmes. Ainsi, comme le notent Calás, Smircich et Bourne (2009), l'un des principaux objectifs de la recherche féministe est de chercher à mettre fin à cette situation. Conformément à cet objectif, de nombreuses recherches sur l'entrepreneuriat féminin ont été consacrées à la documentation des différences entre entrepreneurs masculins et féminins et aux spécificités de leurs entreprises ainsi qu'aux obstacles rencontrés par les femmes propriétaires d'entreprises.

D'après Jennings et Brush (2013), une grande partie des connaissances produites par les chercheurs en entrepreneuriat féminin se rapportent à quatre questions fondamentales. Basé sur leur article « Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? » qui constitue une importante référence dans la recherche en entrepreneuriat féminin (545 citations à ce jour)³², nous présentons ces questions, les réponses communément apportées dans les études empiriques et des exemples illustratifs de ces résultats.

³²https://scholar.google.com/scholar?hl=fr&as_sdt=0%2C5&q=Research+on+Women+Entrepreneurs%3A+Challenges+to+%28and+from%29+the+Broader+Entrepreneurship+Literature%3F&btnG=

Consulté le 13/02/2019

2.2.1 Les femmes et les hommes ont-ils les mêmes chances de s'engager dans une activité entrepreneuriale?

Partout dans le monde, les femmes ont moins de chances que les hommes d'intégrer toute forme d'activité entrepreneuriale. De nombreuses études ont examiné la question fondamentale de savoir si les femmes et les hommes diffèrent dans leur propension à se lancer dans l'entrepreneuriat. Le plus récent rapport du Global Entrepreneurship Monitor (2018), montre que seulement six économies des 49 étudiées affichent des taux d'activité entrepreneuriale émergente approximativement égaux entre les femmes et les hommes. En effet, à tous les niveaux de l'activité entrepreneuriale, l'écart homme/femme persiste.

- Les femmes sont moins susceptibles que les hommes d'être impliquées dans le processus de création d'une entreprise (c'est-à-dire une activité entrepreneuriale naissante).
- les femmes sont moins susceptibles que les hommes d'être impliquées dans la gestion de nouvelles entreprises (c.-à-d. Celles âgées de moins de 3,5 ans).
- Les femmes sont moins susceptibles que les hommes de devenir propriétaires-dirigeantes d'entreprises établies.
- Les femmes sont moins susceptibles que les hommes de travailler à leur compte.
- Les femmes sont moins susceptibles que les hommes de s'engager dans l'entrepreneuriat universitaire (c.-à-d. La commercialisation de la recherche scientifique).

2.2.2 Les femmes et les hommes entrepreneurs ont-ils tendance à différer dans leur accès au financement?

En termes d'accès au financement, les recherches révèlent des différences notables entre les entrepreneurs hommes et femmes. L'aversion au risque fait que les femmes font moins recours à des sources de financement externes en particulier le financement par emprunt (Orser, Riding and Manley, 2006). Elles ont ainsi tendance à investir moins que les hommes lors de la phase de démarrage de leur activité entrepreneuriale (Verheul and Thurik, 2001). Les entreprises dirigées par une femme sont également beaucoup moins susceptibles que les entreprises dirigées par un

homme d'être financées par l'investissement privé des «Business Angels» et les fonds de capital-risque(Greene *et al.*, 2003).

2.2.3 *Les femmes et les hommes entrepreneurs ont-ils tendance à adopter des pratiques stratégiques, organisationnelles et de gestion différentes au sein de leur entreprise ?*

Bien qu'il existe des différences notables en ce qui concerne les stratégies adoptées par les entrepreneurs hommes et femmes, peu de différences organisationnelles et de gestion ont été documentées jusqu'à présent.

- Les entreprises dirigées par des femmes ont tendance à être surreprésentées dans les secteurs du commerce de détail et des services à la personne et sous-représentées dans les secteurs industriels, de l'extraction et des services aux entreprises (Fairlie and Robb, 2009).
- Les femmes peuvent créer leur entreprise chez elles, à domicile et elles sont moins susceptibles que les hommes d'investir dans l'exportation (Kelley *et al.*, 2016).
- Les entreprises dirigées par des femmes sont plus susceptibles que celles dirigées par des hommes de poursuivre une finalité sociale et économique dans le cadre de leurs activités commerciales (Meyskens, Elaine Allen and Brush, 2011).
- les entrepreneurs, hommes et femmes, avaient tendance à organiser et gérer leurs entreprises «avec une combinaison d'approches stéréotypées féminines et masculines ».

2.2.4 *Les entreprises dirigées par des femmes et celles dirigées par les hommes sont-elles aussi performantes les unes que les autres ?*

Selon de nombreux indicateurs économiques standards, les entreprises dirigées par les femmes ne sont pas aussi performantes, en moyenne, que celles dirigées par les hommes.

- Les entreprises dirigées par les femmes ont tendance à être plus petites que celles dirigées par les hommes, que la taille soit mesurée par l'emploi, les revenus ou la base d'actifs (Fairlie and Robb, 2009).
- Les entreprises dirigées par les femmes ont tendance à générer des bénéfices moins élevés que celles dirigées par les hommes; De même, les auto-

entrepreneurs femmes ont tendance à dégager un revenu inférieur à celui des hommes (Ibid.).

- Plusieurs études montrent également que la croissance des entreprises dirigées par des femmes se fait à une vitesse inférieure à celles dirigées par des hommes (Orser, Riding et Manley, 2006).

Toutefois, des études ultérieures ont révélé l'inexistence de différences significatives en ce qui concerne les indicateurs de performance ajustés du risque entre les entreprises dirigées par des hommes et celles dirigées par des femmes (Watson, 2011).

Par conséquent, il est communément admis qu'en raison de la construction sociale du genre, les hommes et les femmes ont des expériences d'emploi différentes et que cela se reflète également à travers leurs expériences entrepreneuriales. En tant que tel, il serait pertinent d'analyser les conclusions de la littérature afin de relever les différents facteurs positifs et négatifs qui font que les entrepreneurs masculins et féminins vivent différemment leur aventure entrepreneuriale. Cependant, il ne suffit pas seulement de reconnaître les problèmes qui désavantagent les femmes et les hommes tout au long du processus entrepreneurial donnant ainsi lieu à un écart de genre et un écart Intention-Action. Des mesures doivent être prises pour intégrer la recherche dans un cadre conceptuel et permettre au travail de se construire et de développer des perspectives théoriques utiles. Bien que cette section ait traité de la façon dont le genre est une construction sociale, cette construction peut être vue sous différents angles. Ainsi, dans la section suivante nous allons explorer la littérature à travers le cadre théorique du féminisme afin de mettre en lumière cette problématique.

Section 3. Le processus entrepreneurial sous le prisme du genre

Afin de mieux comprendre le processus entrepreneurial amont, Les mobiles qui se manifestent chez les individus (hommes et femmes) au cours de ce processus doivent être analysés (Tounés, 2003). Ces mobiles sont inhérents à l'individu, conformes à sa personnalité, à ses intérêts et parfois à son projet d'entreprise. Ils nous renseignent sur les facteurs motivationnelles, économiques et situationnels qui peuvent influencer l'intention entrepreneuriale et éventuellement l'acte entrepreneurial.

À ce jour, plusieurs recherches ont été menées sur les motivations des entrepreneurs féminins et masculins, leurs traits de personnalité et sur leur accès relatif au capital humain, social et financier. Cependant, les résultats de ces recherche sont variés et souvent contradictoires. Afin de mieux comprendre cette hétérogénéité, les résultats seront examinés à la lumière des perspectives du féminisme libéral et social. L'analyse de la recherche de cette manière permettra de mieux comprendre et de mieux cerner les phases du processus qui nécessitent une attention particulière. L'exploration de ces questions aidera à éclaircir s'il existe des différences entre les entrepreneurs hommes et femmes et leur processus entrepreneurial et, le cas échéant, à expliquer pourquoi ces différences surviennent-elles. Les résultats de la littérature vont maintenant être synthétisés dans le Tableau 10 afin de mieux comprendre les différents facteurs qui favorisent ou inhibent le passage de l'intention à l'acte entrepreneurial et identifier les éventuelles différences pouvant être attribuées au genre. Ceci sera suivi d'une discussion de ces résultats sur la base des deux théories féministes mobilisées.

I. Genre et processus entrepreneurial : éclairage de la littérature

Traditionnellement, l'entrepreneuriat a toujours été considéré comme une activité masculine et même si, ces dernières années, une tendance au changement a été observée, l'écart entre les hommes et les femmes persiste dans la plupart des pays (Seulement six des 49 économies étudiées par le GEM en 2018 affichent à peu près les mêmes TEA entre femmes et hommes). Est-ce parce que les femmes n'ont pas accès aux mêmes opportunités que les hommes (perspective libérale)? Ou à cause des différences précoces et persistantes dans le processus de socialisation (perspective sociale) qui fait que les hommes et les femmes diffèrent intrinsèquement? Existe-t-il des barrières et des opportunités spécifiques au genre de l'entrepreneur? Si oui, à quelle phase du processus entrepreneurial surviennent-elles?

Sans prétendre à l'exhaustivité, le tableau ci-dessous présentera les différents facteurs qui, selon la revue de la littérature, peuvent encourager ou bloquer la création d'une entreprise chez les entrepreneurs, hommes et femmes, et les éventuelles différences relatives au genre.

Tableau 10 . Genre et processus entrepreneurial : synthèse de la littérature

Phases	Facteurs Soulignés	Références	
		Similaires en fonction du genre	Différent en fonction du genre
Propension	Perception et identification des opportunités		(DeTienne and Chandler, 2007; Sánchez Cañizares and Fuentes García, 2010; Kamal and Daoud, 2018)
	Confiance en soi		(Langowitz and Minniti, 2007; Dabic, 2012)
	Peur de l'échec		(Sánchez Cañizares and Fuentes García, 2010;

	Connaissance d'un entrepreneur	(Goksel and Belgin, 2011)	Koellinger, Minniti and Schade, 2013; Majumdar and Varadarajan, 2013) (Klyver and Grant, 2010; Dabic, 2012; Koellinger, Minniti and Schade, 2013)
Intention	Motivation		(Maes, Leroy and Sels, 2014; Lopa, 2017)
	Modèles d'entrepreneur		(BarNir, Hutchins and Watson, 2011; Camelo-Ordaz, Diáñez-González and Ruiz-Navarro, 2016)
	Aversion au risque et peur de l'échec		(Dawson and Henley, 2012; Camelo-Ordaz, Diáñez-González and Ruiz-Navarro, 2016; Serino and Buccino, 2019)
	Initiatives gouvernementales	(Majumdar and Varadarajan, 2013; Sharma, 2018)	
	Auto-efficacité (perception des compétences et capacités entrepreneuriales)		(Minniti and Nardone, 2007; Wilson F, Kickul J and Marlino D, 2007; Camelo-Ordaz, Diáñez-

	requis)		González and Ruiz-Navarro, 2016; Sharma, 2018)
Décision	Capital humain		(Orser, Riding and Manley, 2006; Coleman, 2007; Fairlie and Robb, 2009; Shaw <i>et al.</i> , 2009)
	Capital social	(Foss, 2010; Watson, 2011)	(Verheul and Thurik, 2001; Drakopoulou Dodd and Patra, 2002; Klyver and Grant, 2010; Fielden and Hunt, 2011; Shaw, 2011)
	Capital Financier	(Arenius and Autio, 2006; Hill, Leitch and Harrison, 2006; Carter, Shaw, 2007)	(Coleman, 2000; Coleman and Robb, 2009; Bellucci, Borisov and Zazzaro, 2010; North, Baldock and Ekanem, 2010; Kalafatoglu and Mendoza, 2017)
Action	Formalités administratives	(Bernard, Moign and Nicolai, 2013)	
	Accompagnement entrepreneurial		(Badia, Brunet and Kertudo, 2013)
	Nature du projet		(Badia, Brunet and

	Evénements	Kertudo, 2013; Bernard, Moign and Nicolai, 2013) (Hayat, 2012; Badia, Brunet and Kertudo, 2013)
--	------------	--

Source : Auteur à partir de la revue de littérature

Il ressort de notre examen de l'abondante littérature consacrée au genre et à l'entrepreneuriat les différents facteurs qui influencent chaque phase du processus entrepreneurial les plus mis en évidence par les auteurs dans le champ. L'hétérogénéité des résultats (entre ceux qui considèrent certains facteurs comme similaires pour les hommes et les femmes et ceux qui au contraire soulignent les différences existantes) sera maintenant analysée grâce au cadre féministe mobilisé.

II. Genre et processus entrepreneurial : Mise en perspective

A partir d'une perspective féministe sociale, nous soulignons que l'écart du genre perçu dans les phases initiales du processus entrepreneurial, notamment, la propension et l'intention entrepreneuriale, est généralement mais pas toujours dû aux différences dans les processus de socialisation des hommes et des femmes. En effet, les femmes ont tendance à se percevoir naturellement sous un jour moins favorable que les hommes (Langowitz *et al.*, 2007; Dabic, 2012). De plus, de par leur nature méfiante, les femmes craignent fortement l'échec (Koellinger, Minniti and Schade, 2013) et ont moins de chances de connaître ou fréquenter un entrepreneur (Klyver et Grant, 2010; Koellinger, Minniti et Schade, 2013), ce qui les empêche de percevoir et d'identifier des opportunités d'affaire comme le font leur homologues masculins (Sánchez Cañizares et Fuentes García, 2010; Kamal et Daoud, 2018). Ces préoccupations réduisent la propension des femmes à créer une entreprise (Koellinger *et al.*, 2013). En effet, Detienne et Chandler soutiennent que «les différences entre les expériences et les processus de socialisation font que les hommes et les femmes développent un capital humain unique qui impacte leur perception et identification des opportunités» (DeTienne et Chandler, 2007, p. 368). Cependant, dans le contexte turc, Goksel et Belgin (2011) affirment qu'il n'y a pas de différence en terme de propension à

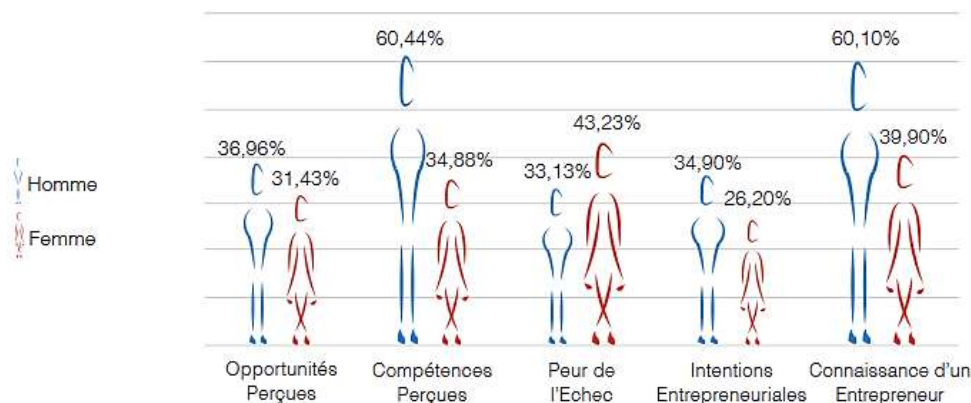
l'entrepreneuriat entre les hommes et les femmes, ceux qui ont un entrepreneur parmi leurs proches et ceux qui n'en ont pas.

A son tour, l'étude de l'intention entrepreneuriale et sa contribution au passage à l'acte de création a été largement traitée par les chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat. Les facteurs qui influencent cette importante étape du processus entrepreneurial peuvent également être interprétés à travers le prisme du féminisme social. En ce qui concerne les prédicteurs de l'intention entrepreneuriale, l'autonomie professionnelle constitue le trait le plus stimulant pour les femmes, tandis que pour les hommes, le besoin de réussite et de prise de risque est le plus prédictif (Lopa, 2017). De même, Maeset *al.*, (2014) ont analysé les différences relatives au genre dans l'expression des intentions entrepreneuriales et ont constaté que les femmes optent pour la création d'entreprise pour gagner en terme d'autonomie et pour équilibrer les exigences professionnelles et familiales, contrairement aux hommes qui cherchent à s'enrichir et à avoir un emploi ambitieux. Outre les différences de motivation, l'écart dans cette phase du processus entrepreneurial a été étroitement lié à l'auto-efficacité et à la perception des compétences et des aptitudes requises pour entamer l'aventure entrepreneuriale.

En effet, l'entrepreneuriat peut toujours être perçu comme une carrière masculine (Wilson *et al.*, 2007), ce qui limite les aspirations des femmes et les conduit à ressentir un manque de compétences et d'aptitudes requises. De nombreux auteurs affirment en outre que la perception négative des capacités entrepreneuriales des femmes limitent leurs attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat (Yordanova et Tarrazon, 2010; Camelo-Ordaz *et al.*, 2016). En plus, les femmes ont moins de modèles d'entrepreneurs ce qui met en doute leur sentiment d'efficacité personnelle et, par conséquent, leur intention entrepreneuriale (BarNiret *al.*, 2011; Camelo-Ordaz *et al.*, 2016).

D'autres facteurs, tels que l'aversion au risque et la bureaucratie gouvernementale, peuvent entraîner des disparités hommes/femmes dans le degré d'intention exprimé (Dawson et Henley, 2012; Serino et Buccino, 2019). Dans le contexte marocain, par exemple, la comparaison suivante (**Figure 13**) basée sur le rapport du GEM corrobore nos résultats.

Figure 13 : La répartition des attitudes personnelles liées à l'entrepreneuriat par genre au Maroc



Source : La Dynamique Entrepreneuriale au Maroc (Ouazzani, 2015, p. 38)

Partant maintenant d' une perspective féministe libérale, la RL montre que les disparités qui se manifestent dans les phases avancées du processus entrepreneurial, notamment la décision et l'acte entrepreneurial, sont principalement dues à la structure de la société dans laquelle les femmes sont discriminées et n'ont pas accès aux mêmes opportunités que les hommes. Par conséquent, les obstacles institutionnels à l'éducation, à l'expérience professionnelle, aux réseaux et à l'accès au capital sont les principales raisons expliquant l' écart du genre mentionné en matière d'entrepreneuriat (Kalafatoglu et Mendoza, 2017). Dans notre thèse, nous avons identifié trois types de capitaux conformément à Shaw *et al.*, (2009): le capital humain, le capital social et le capital financier.

Le capital humain fait référence à l'éducation, à l'expérience et à la formation. Il est extrêmement important pour les activités entrepreneuriales (Davidsson and Honig, 2003). Cependant, les femmes ont généralement moins d'années d'expérience et étaient moins susceptibles d'avoir un diplôme universitaire que leurs homologues masculins (Orser, Riding et Manley, 2006; Coleman, 2007). Elles manquent également d'une expérience en gestion ce qui est important pour le lancement et le développement d'une entreprise (Fairlie et Robb, 2009; Shaw *et al.*, 2009). Même lorsque les participantes à certaines études empiriques avaient le même niveau d'éducation que les hommes, elles n'avaient tout de même pas la confiance nécessaire pour reconnaître leur potentiel ce qui illustre l'importance de l'auto-efficacité pour surmonter les disparités hommes-femmes en entrepreneuriat.

En outre, le capital social ou la mise en réseau constitue un autre facteur à la base de l'écart du genre en entrepreneuriat. Les résultats présentés dans le tableau ci-dessus

montrent que les premières recherches menées sur les femmes et leur accès aux réseaux témoignent d'une sous-représentativité puisqu'elles y consacrent moins de temps et rencontrent plus de difficulté que les hommes (Verheul et Thurik, 2001; Drakopoulou Dodd et Patra, 2002). Des recherches plus récentes soulignent, cependant, que les femmes peuvent être aussi actives que les hommes dans la constitution de réseaux (Foss, 2010; Watson, 2011). Nous rappelons que la mise en réseau peut avoir un impact sur le facteur suivant, à savoir l'accès au capital financier. Comme Shaw (2011) l'affirme, les femmes ont du mal à rejoindre des réseaux informels et, de ce fait, elles risquent plus que les hommes d'assurer un financement pour la mise en place et le développement de leurs entreprises.

Plusieurs auteurs considèrent que l'accès au financement est l'enjeu le plus complexe auquel les entrepreneurs sont confrontés au cours du processus entrepreneurial (Kalafatoglu et Mendoza, 2017). Selon North (2010), les femmes entrepreneures ont plus tendance que les hommes à citer des problèmes d'accès au financement, en particulier au financement bancaire. En effet, elles sont confrontées à des conditions strictes et à une disponibilité de crédit limitée, ce qui est au moins en partie dû à leur genre (Coleman, 2000; Bellucci, Borisov et Zazzaro, 2010). Néanmoins, beaucoup d'auteurs ne font référence à aucune discrimination quant à l'accès au financement. Ils montrent que les hommes et les femmes propriétaires d'entreprises étaient très semblables dans la manière dont ils finançaient le lancement de leur entreprise et que leurs prêts étaient de taille, de taux d'intérêt et de marge d'intérêt semblables (Arenius et Autio, 2006; Hillet *al.*, 2006). En outre, les agents de crédit utilisent un large éventail de critères pour évaluer les demandes de prêt et, généralement, ces critères ne variaient pas en fonction du sexe de l'entrepreneur (Carter et Ram, 2003). Cela pourrait même indiquer une nouvelle tendance selon laquelle les femmes seraient une bonne source de revenus pour les banquiers et les investisseurs et sont généralement plus solvables (Ibid.).

Le dernier point qui nous semble particulièrement important, et qui rejoint exclusivement la perspective sociale, concerne les différentes manières dont le capital financier est utilisé par les hommes et les femmes. Comme les femmes témoignent d'une grande aversion au risque, elles ont tendance à emprunter des sommes moins importantes que les hommes, et investissent ainsi un petit capital lors du lancement du projet et ne s'engagent pas (financièrement parlant) autant que les hommes lors des

premières années de création (Coleman et Robb, 2009; Bernardet *al.*,2013). Ce constat montre que les femmes gèrent leur business différemment et ceci est particulièrement dû à leur processus de socialisation.

Finalement, bien que le démarrage effectif d'une activité entrepreneuriale puisse être influencé par tous les facteurs présentés ci-haut, il existe des obstacles et des leviers spécifiques à cette phase ultime du processus. En fait, les formalités administratives pourraient entraver la création effective d'entreprises par les hommes et les femmes (Bernardet *al.*, 2013). Un entrepreneur peut également abandonner son projet ou le mettre en attente lorsqu'une opportunité d'emploi salarié se présente, même si cela ne correspond pas nécessairement à ses attentes (Hayat, 2012). Toutefois, l'accompagnement entrepreneurial améliore la réussite du projet et limite le risque de non-achèvement (Badiaet *al.*,2013). En outre, la nature du projet, sa faisabilité et sa cohérence avec l'expérience et le profil de l'entrepreneur peuvent bloquer ou faciliter la transition vers l'acte entrepreneurial (Ibid.).

Selon une perspective genrée de l'entrepreneuriat, Bernard et al. (2013) ont constaté que les femmes investissent plus que les hommes dans la santé et l'éducation et moins dans l'industrie et la construction. Leurs petites entreprises génèrent des bénéfices à un rythme plus lent que les entreprises appartenant à des hommes (Badiaet *al.*,2013). En plus, Les femmes considèrent le soutien familial, et en particulier celui de leur conjoint, comme un levier d'action, car il permet une gestion simultanée de la vie familiale et la vie entrepreneuriale (ibid.). En revanche, à cause de la grossesse, l'arrivée d'un nouveau-né ou l'engagement, une femme peut retarder la création de son entreprise ou carrément abandonner son projet. Elle peut également concrétiser l'acte entrepreneurial en fonction des projets professionnels de son mari ou y renoncer complètement. Ces constatations peuvent être expliquées par la vision féministe sociale, selon laquelle, en raison de différences innées et du processus de socialisation, les hommes et les femmes diffèrent de par leur nature.

En résumé, La revue de la littérature existante sur le genre et l'entrepreneuriat a permis de relever un ensemble de facteurs communs qui peuvent affecter positivement ou négativement l'aboutissement à la création d'entreprise par les hommes et les femmes, mais à des niveaux relativement différents. Dans un autre côté, certains facteurs s'avèrent spécifiques à l'entrepreneuriat féminin. Par conséquent, les facteurs positifs communs sont la confiance en soi et en ses propres

compétences et aptitudes entrepreneuriales, les modèles d'entrepreneurs, l'accès aux ressources entrepreneuriales requises (financières, sociales, humaines), la cohérence du projet et l'accompagnement entrepreneurial. Par ailleurs, les facteurs négatifs communs sont la peur de l'échec, l'aversion au risque, les formalités administratives et le manque de ressources nécessaires (financières, sociales, humaines). Ces facteurs sont certes communs à toute activité entrepreneuriale, qu'elle soit initiée par une femme ou par un homme, mais les femmes ont généralement tendance à disposer de moins de facteurs positifs et sont confrontées à un niveau plus élevé aux facteurs négatifs que leurs homologues masculins. En outre, les facteurs positifs spécifiques aux femmes entrepreneurs sont l'encouragement de la famille, en particulier le soutien du mari et le fait que l'entrepreneuriat permet une gestion simultanée des impératifs familiaux et professionnels. Du côté négatif, les femmes peuvent retarder leur projet ou même renoncer à l'acte entrepreneurial en raison de changements positifs dans leur vie personnelle (fiançailles, mariage, grossesse) ou en fonction des projets professionnels de leur mari, tels que la mutation professionnelle.

Considérées ensemble, les théories féministes libérale et sociale fournissent un cadre pertinent permettant de comprendre l'origine de l'écart du genre en entrepreneuriat. Tandis que la perspective libérale considère les femmes et les hommes comme étant essentiellement les mêmes et souligne les inégalités des chances auxquelles les femmes sont confrontées, la perspective sociale met l'accent sur les différences dans la socialisation précoce et continue. L'écart intention-action a été également cerné par cette revue de la littérature à travers la mise en exergue des différents facteurs qui entravent le passage à l'acte entrepreneurial. Ainsi, afin de combler ces écarts, les solutions potentielles doivent prendre en compte les deux perspectives d'analyse et tenter d'apporter des solutions spécifiques à chaque étape du processus en tenant compte du genre de l'entrepreneur.

Conclusion du chapitre 2

Ces dernières années, il y a eu un progrès considérable quant à la réduction de l'écart entre les hommes et les femmes en matière d'entrepreneuriat (Kelley *et al.*, 2016). Toutefois, il semble difficile, voire impossible, d'éliminer définitivement ces inégalités dans certains contextes. En effet, les différences entre les expériences et les processus de socialisation des hommes et des femmes (perspective sociale) font que ces derniers développent une perception différente du monde qui les entoure (Klyver et Grant, 2010) et un capital humain unique qui guide leur comportement entrepreneurial. C'est pourquoi les facteurs identifiés dans la littérature peuvent varier en fonction du contexte étudié. Ainsi il serait pertinent de relier cette littérature et ce cadre théorique au contexte Marocain qui nous intéresse particulièrement (Chapitre 3). D'ailleurs, Lopa (2017) a bien souligné l'importance de la prise en compte des facteurs contextuels, y compris le contexte culturel dans le traitement des problématiques pareilles. Elle appuie sur le fait que le contexte influence le système de valeurs des individus et façonne leur perception et leurs attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat.

Force est de constater qu'il est également rare qu'un facteur, à lui seul, puisse expliquer l'abandon ou l'aboutissement du processus entrepreneurial par les entrepreneurs femmes et hommes. Chaque facteur énuméré ci-dessus est en réalité un levier ou un frein potentiel qui, pris en compte avec d'autres éléments, mènera à la réalisation ou à l'abandon du projet entrepreneurial et donc à éliminer ou aggraver l'écart intention-acte. Ces résultats soulignent particulièrement l'importance des études qualitatives empiriques permettant d'identifier des facteurs contextuels spécifiques et de suggérer des moyens de surmonter ces obstacles afin de réduire les écarts susmentionnés.

Chapitre 3.

Genre et dynamique entrepreneuriale dans le contexte marocain

Introduction du chapitre 3

La prise en considération du contexte dans la recherche en générale et en entrepreneuriat plus particulièrement n'est pas une nouveauté. On reconnaît de plus en plus que le comportement économique peut être mieux compris dans son (ses) contexte(s) qu'il(s) soi(en)t social, spatial ou institutionnel. Gartner (1985) incite les chercheurs en entrepreneuriat à reconnaître le contexte dans lequel se déroule la création de l'entreprise, puisqu'ils ont tendance à négliger l'influence des facteurs externes et à se focaliser sur l'influence des facteurs internes ou personnels lors du jugement du comportement des individus créateurs. En effet, plusieurs auteurs attirent l'attention sur le fait que les règles qui régissent l'esprit entrepreneurial changent radicalement d'une époque et d'un contexte à l'autre (Welter, 2010).

Le contexte marocain s'est imposé dès le départ dans ce travail de recherche puisqu'il constitue l'origine de notre problématique. Ce sont en effet les données propres au contexte, relevées dans le rapport du *Global Entrepreneurship Monitor*, qui ont permis d'identifier l'écart du genre et l'écart intention-acte entrepreneurial dans le contexte marocain, et ont largement guidé notre choix pour la problématique traitée.

Le but de cette thèse étant d'explorer les expériences des entrepreneurs marocains, en particulier le processus entrepreneurial dans lequel ils s'engagent, afin de déterminer s'il existe une différence entre les entrepreneurs femmes et hommes et comprendre les éventuelles implications du genre à chaque phase du processus entrepreneurial. De plus, en considérant les entrepreneurs masculins et féminins qui exercent leurs activités dans différents secteurs, la recherche aidera à mieux comprendre si les différences sont dues au sexe ou si elles reflètent les circonstances de fonctionnement ou le contexte dans lequel se déroule le processus entrepreneurial. Plusieurs raisons peuvent également justifier que le contexte marocain est propice pour le traitement de notre problématique. Premièrement, les expériences des entrepreneurs marocains revêtent un intérêt particulier en raison des niveaux d'entrepreneuriat comparativement plus faibles au Maroc que dans d'autres pays notamment ceux de la région MENA³³. Deuxièmement, en termes d'égalité du genre en entrepreneuriat représentée par «Female/Male TEA».

³³ « Middle East and North Africa », littéralement, « Moyen-Orient et Afrique du Nord »

Ratio », où notre pays est classé 44/49 économies malgré les différentes initiatives qui visent à promouvoir l'égalité hommes/femmes dans le contexte marocain. Et finalement, le plus intrigant est le taux d'intention entrepreneuriale des marocains qui atteint les 40% et classe ainsi le pays en 7^{ème} position sur les 49 économies étudiées mais qui est faiblement concrétisé. Cet écart intention-acte nous semble très alarmant.

En effet, les caractéristiques socioéconomiques (éducation, lois, finance, etc.), l'environnement social et culturel influencent les attitudes et les aspirations à l'égard de l'entrepreneuriat et par conséquent la création d'entreprise et la croissance économique plus globalement.

L'objectif de ce chapitre est donc d'explorer le contexte marocain de façon à relever les obstacles et les leviers de l'entrepreneuriat spécifiques au contexte. Pour se faire, une synthèse de la situation socioéconomique marocaine sera présentée (section 1) afin de cerner l'environnement où se déroule le processus entrepreneurial. Ensuite, une attention particulière sera consacrée à l'entrepreneuriat, ses différentes composantes et son évolution dans le contexte marocain (section 2). Finalement, la 3^{ème} section mettra en exergue l'adoption de l'approche genre dans le contexte marocain à travers la présentation des avancées enregistrées en termes législatif, juridique et institutionnel favorisant la promotion de l'égalité de genre, l'accès des femmes à l'emploi et à l'entrepreneuriat.

Section 1 : Situation économique et sociale du Maroc

Le Maroc est un carrefour, un pays où se sont croisées différentes cultures, croyances, langues et civilisations. Il est, et en a été ainsi depuis l'aube du temps chose qui lui permet de se forger une identité culturelle plurielle .Le Maroc se distingue par sa monarchie stable et durable, ses liens étroits avec l'Occident, sa vie culturelle dynamique et sa place centrale dans les politiques régionales.

Ces dernières années, le pays a connu des transformations rapides dans le domaine économique, social, culturel et environnemental et a entrepris des réformes structurelles visant à favoriser son ouverture sur le monde en garantissant un environnement économique propice et un climat social favorable (Binkkour, 2017). Ainsi, le rythme des réformes économiques et sociales s'est accéléré et des avancées majeures ont été réalisées au niveau de la stabilité du cadre macroéconomique, et au niveau de l'ouverture du marché de l'emploi.

I. Situation économique

Le Maroc s'étend sur une superficie de 446 550 km² et compte 35 481 848 habitants (2019)³⁴. Basé sur le dernier rapport annuel du conseil économique social et environnemental (2017), la croissance économique a connu un rebond, en passant de 1,1% en 2016 à 4,1% en 2017 grâce, notamment, à une bonne campagne agricole.

Concernant les échanges extérieurs, l'année 2017 a été caractérisée par une hausse générale des exportations avec un léger creusement du déficit commercial. A ce niveau, la majorité des métiers mondiaux ont fait preuve d'un dynamisme significatif, en particulier l'automobile. Toutefois, d'autres secteurs comme l'électronique et l'industrie pharmaceutique peinent à atteindre une taille critique qui leur permettrait de contribuer significativement à l'amélioration du solde commercial. Par ailleurs, les exportations marocaines demeurent orientées globalement vers des zones géographiques à faible croissance économique. Ainsi le CESE propose une diversification géographique des exportations vers des partenaires potentiels plus dynamiques ayant un marché de taille attractive. En outre, la promotion des exportations nécessite une amélioration de la qualité des produits marocains et de la

³⁴<https://www.hcp.ma/> Consulté le 15/07/2018

compétitivité hors coût, ainsi qu'une meilleure adaptation de notre offre aux besoins et spécificités des marchés-cibles.

En ce qui concerne les performances du Maroc en matière d'innovation, le nombre de brevets déposés par les nationaux restent très faible ce qui montre une capacité d'innovation très modeste chez les marocains. Cette situation renvoie à la nécessité de promouvoir l'innovation et le progrès technique à travers une bonne gouvernance de l'écosystème de l'innovation, un accès à des modes de financement adaptés, ainsi qu'à une bonne exploitation des opportunités offertes par l'ensemble des partenariats entre le système d'éducation supérieur et de recherche et le secteur privé(CESE, 2017).

Quant au financement de l'économie, le crédit bancaire a vu son rythme de croissance ralentir durant l'année 2017, malgré l'accélération des prêts accordés aux entreprises privées. Cette année a également été marquée par l'introduction officielle de la finance participative au Maroc qui émane d'un long processus d'adaptation réglementaire.

Concernant l'environnement des affaires, le Maroc a régressé d'une place en 2017 par rapport à 2016. Le CESE ressorte cinq facteurs considérés comme principales entraves à l'amélioration de l'environnement des affaires au Maroc, à savoir la corruption, le manque d'efficacité de l'Administration publique, l'accès au financement, la fiscalité, ainsi qu'une éducation inadéquate par rapport aux besoins du marché du travail. En effet, concernant le marché du travail, même si le Maroc a connu une création de plus de 11900 emplois au titre du premier trimestre de 2019, force est de constater que les jeunes et les femmes continuent de pâtir de grandes difficultés en matière d'accès à un emploi décent et sont davantage touchés par le chômage (Tableau 11).

Tableau 11 : Indicateurs trimestriels d'activité, d'emploi et de chômage par milieu de résidence

Indicateurs	Premier trimestre 2019		
	Urbain	Rural	National
Activité			
Population active (en milliers)	7 017	4 947	11 965
Taux de féminisation de la population active	22,5	26,7	24,2
Taux d'activité	41,6	53,0	45,7
. Selon le sexe			
Hommes	66,4	77,3	70,4
Femmes	18,2	28,4	21,7
. Selon l'âge			
15 - 24 ans	20,8	34,2	26,2
25 - 34 ans	59,4	62,8	60,5
35 - 44 ans	56,9	66,3	60,1
45 ans et plus	34,9	54,2	41,6
. Selon le diplôme			
Sans diplôme	35,5	55,2	44,9
Ayant un diplôme	46,3	47,5	46,6
Emploi			
Population active occupée (en milliers)	6 086	4 794	10 881
Taux d'emploi	36,1	51,4	41,5
. Selon le sexe			
Hommes	59,3	74,8	65,0
Femmes	14,1	27,6	18,8
Structure de l'emploi selon les secteurs d'activité économique			
Agriculture forêt et pêche	5,1	71,2	34,2
Industrie y compris l'artisanat	18,0	4,4	12,0
BTP	12,4	8,3	10,6
Services	64,3	16,1	43,1
Part de l'emploi rémunéré dans l'emploi total.	96,7	67,4	83,8
Dont :			
Salariés	68,6	42,0	59,2
Auto-employés	31,4	58,0	40,8

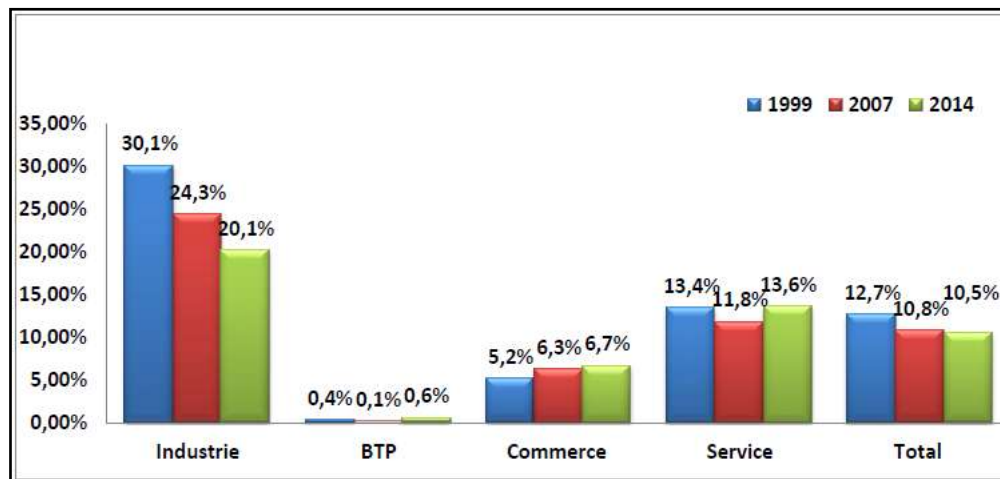
Chômage			
Population active en chômage (en milliers)	931	153	1 084
Taux de féminisation de la Population active en chômage	37,6	24,9	35,8
Taux de chômage	13,3	3,1	9,1
. Selon le sexe			
Hommes	10,7	3,2	7,7
Femmes	22,2	2,9	13,4
. Selon l'âge			
15-24 ans	38,0	9,3	22,9
25-34 ans	21,6	4,1	15,4
35-44 ans	6,0	1,4	4,3
45 ans et plus	2,8	0,7	1,8
. Selon le diplôme			
Sans diplôme	4,8	1,5	2,9
Ayant un diplôme	18,3	7,8	16,0

Source : HCP (2019)

En dehors du secteur formel, les unités de production informelles (UPI) étaient au nombre de 1,68 millions d'unités et contribuent à leur tour à l'économie nationale avec un investissement annuel de 3,366 milliards de DH en 2013. Ces initiatives provenant de la sphère informelle sont généralement individuelles (83%) et concernent 75% de créateurs qui étaient actifs occupés, 12% d'étudiants, 8,3% de chômeurs et 3% de femmes au foyer. Force est de constater que la direction des UPI

est faiblement féminisées (9%), à l'exclusion de celles relevant des activités industrielles ou du travail à domicile où la proportion des femmes est respectivement de 23% et de 60% (HCP, 2014). En effet, le secteur informel a connu une évolution très modeste de la participation des femmes (Figure 14) durant ces deux dernières décennies.

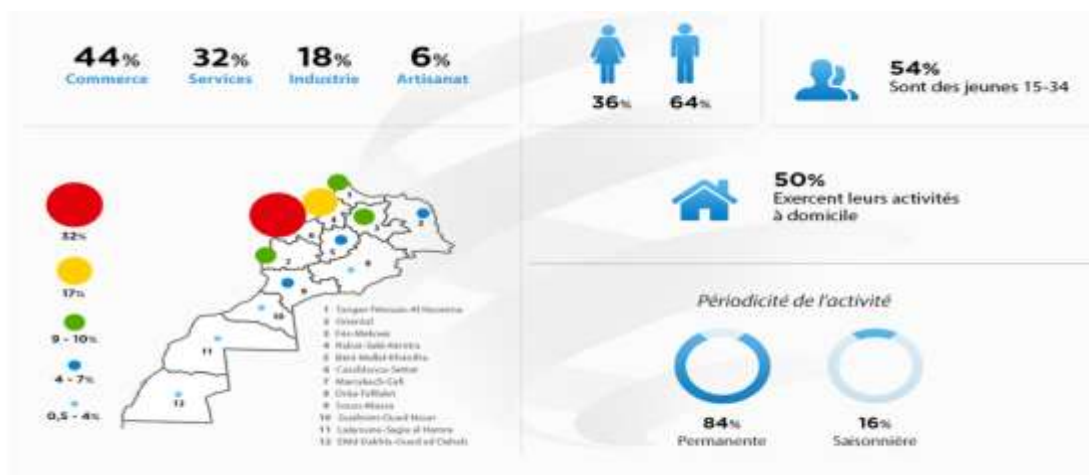
Figure 14 : Evolution de la part des femmes dans l'emploi du secteur informel



Source : HCP (2014)

Afin de réduire les activités exercées d'une manière informelle, et par la même occasion développer l'esprit entrepreneurial et faciliter l'accès au marché du travail grâce à l'auto-emploi, le Maroc a connu la création d'un statut juridique et fiscal dédié aux auto-entrepreneurs. Prévu par la loi de finances en 2014 et complété par la loi n°114-13 publié au bulletin officiel n°6344 du 12 mars 2015, un régime fiscal spécifique et optionnel a été mis en place en faveur des personnes physiques exerçant leur activité professionnelle en tant qu'auto-entrepreneurs (DGI, 2018). En 2019, le nombre de marocains ayant obtenu le statut d'auto-entrepreneur a atteint plus de 93.000 dont 36% de femmes (Figure 15).

Figure 15 : Indicateurs du statut de l'auto-entrepreneur au Maroc



Source : Site officiel de l'auto-entrepreneur (2019)³⁵

Quant au secteur de l'économie sociale et solidaire, souvent présenté comme une voie d'inclusion économique, il contribue actuellement qu'à hauteur de 2% au PIB malgré l'effort considérable déployé et les stratégies mises en place. Le secteur n'emploie que 5,5% de la population active et son impact sur l'inclusion des diplômés et des femmes reste en deçà du potentiel puisqu'il n'emploie que 2% des diplômés, tandis que seulement 14,5% des coopératives sont féminines (CESE, 2017).

Le diagnostic de la situation économique du pays réalisé par le CESE a tenté de mettre en exergue les moyens de réussir le défi de l'industrialisation, et de faire de l'entrepreneuriat l'un des principaux piliers de la stratégie de promotion de l'emploi des jeunes et des femmes (Ibid). En effet, la promotion de l'entrepreneuriat devient de plus en plus un enjeu majeur au niveau public et privé et est considérée comme un objectif prioritaire du gouvernement (Binkkour, 2017).

II. Situation sociale

Sur le plan social, plusieurs dysfonctionnements continuent à peser sur l'éducation et la formation professionnelle. En effet, le système éducatif marocain se trouve face à plusieurs anomalies qui ne cessent d'entraver son développement. Malgré une bonne performance quantitative exprimée par une hausse importante des effectifs d'enfants scolarisés et des étudiants inscrits en formation professionnelle, toutefois, la qualité reste à désirer.

³⁵<http://ae.gov.ma/indicateurs/> Consulté le 09/11/2019

En 2016, près d'un jeune sur quatre, âgés de 15 à 24 ans ne travaille pas, n'est pas à l'école et ne suit aucune formation. Cette proportion est plus prononcée chez les jeunes femmes et atteint 44% contre 11,7% chez les jeunes hommes (HCP, 2018). En outre, parmi la population en âge de scolarisation dans l'enseignement secondaire qualifiant (15-17 ans), 14,2% ne travaillent pas, ne fréquentent pas l'école et ne suivent aucune formation. Cette proportion est de 24,6% parmi les filles et de 5,1% parmi les garçons. Concernant les 18-24 ans, cette proportion atteint 34,6% avec 53,5% parmi les filles et 15,5% parmi les garçons. Ces statistiques montrent en fait que les femmes et les filles sont désavantagées quant à l'accès à l'éducation et à la formation (Ibid.).

Pour ce qui est du secteur de la santé, la généralisation de la couverture sociale atteint 60% de la population à la fin 2017. Toutefois, le secteur souffre amplement d'un manque flagrant des ressources humaines et financières, d'où une dégradation des offres de soins qui n'arrivent plus à combler les besoins de la population. En effet le Maroc consacre Moins de 6% de son PIB à ce secteur, tandis que la moyenne mondiale est de 10%. Cette situation interpelle sérieusement les autorités concernées pour engager des réformes dans ce sens (CESE, 2017).

Dans son volet social, le Maroc se penche également sur la question de l'égalité et la parité de genre (Voir section 3). En effet, ce principe a été institué dans l'article 19 de la constitution de 2011, il stipule que « *L'homme et la femme jouissent, à égalité, des droits et libertés à caractère civil, politique, économique, social, culturel et environnemental (...). L'Etat marocain œuvre à la réalisation de la parité entre les hommes et les femmes* ». Bien que les avancées juridiques et institutionnelles tentent de valoriser la femme et lui donner la place qu'elle mérite dans la société marocaine, des résistances culturelles et naturelles font que sa situation demeure toujours critique.

Dans le même sens, le Maroc lutte contre le travail des enfants et met en place des politiques publiques pour la promotion des droits des personnes vulnérables notamment les enfants, les personnes âgées et les personnes en situation d'handicap.

Parmi les nombreux déficits relevés dans le diagnostic de la situation social du pays, le CESE a mis l'accent sur la nécessité de renforcer l'engagement en faveur de la promotion d'une égalité de genre effective à travers:

- *La mise en place d'un programme scolaire de sensibilisation continue sur l'impact des comportements discriminatoires sur l'égalité des chances entre les filles et les garçons ;*
- *L'évolution des pratiques pédagogiques et y bannir tout comportement allant à l'encontre des principes de l'égalité des sexes ;*
- *La révision des manuels scolaires afin de lutter contre les stéréotypes basés sur le genre et les représentations réductrices des femmes ;*
- *L'encouragement des médias à renforcer leur engagement en faveur de l'égalité de genre (CESE, 2017).*

Le diagnostic présenté révèle une situation socioéconomique critique. Toutefois, l'arme culturelle dont dispose le Maroc fait tout son charme. En effet, le multiculturalisme marocain a permis aux marocains d'hier comme ceux d'aujourd'hui d'avoir une grande ouverture d'esprit, un sens poussé de la tolérance et un penchant prononcé pour le respect de l'autre dans sa différence. Ces valeurs, accompagnées d'une bonne volonté de changer les dysfonctionnements dont souffre le pays mais surtout une bonne analyse et compréhension de l'origine de ces dysfonctionnements (l'écart du genre en entrepreneuriat pour notre cas) sont cruciales pour le développement de notre pays sur tous les plans.

En outre, malgré ces malaises, le Maroc a toujours été une destination prisée par les voyageurs, les chercheurs universitaires et les touristes puisqu'il offre une diversité culturelle riche par ses mystères, ses énigmes, ses joies, ses rencontres et ses expériences exceptionnelles. Ces atouts ont permis au Maroc de faire de l'ouverture sur l'extérieur un choix stratégique incontournable.

Section 2 : La dynamique entrepreneuriale en contexte marocain

Le Maroc est un pays à faible revenu qui a bénéficié d'une stabilité politique lui permettant de mener des réformes économiques et institutionnelles majeures. Le pays a connu un développement considérable des investissements à travers la mise en place de projets divers lors de ces dernières décennies.

Malgré l'amélioration du climat des affaires qui s'est traduit par une augmentation régulière des créations d'entreprises (6,65% de TEA contre 6,25% en moyenne sur les trois dernières années), il reste encore beaucoup à faire (Bosma and Kelley, 2018). En effet, il est indéniable à l'heure actuelle que la montée continue du chômage et l'incapacité de l'économie nationale à générer suffisamment d'emplois adaptés, soient des situations qui menacent la paix et la cohésion sociale du pays. C'est dans ce sens que le CESE et plusieurs d'autres institutions s'intéressent davantage à l'entrepreneuriat et à sa promotion dans le contexte marocain.

Dans le cadre du *Global Entrepreneurship Monitor*, l'entrepreneuriat est défini comme un processus mis en œuvre par une ou plusieurs personnes, visant la création d'une nouvelle entreprise de manière indépendante ou avec l'aide d'un employeur. L'étude s'attèle ainsi à évaluer annuellement les attitudes, les aspirations et les activités des individus en lien avec leur carrière entrepreneuriale (Ouazzani, 2018). Il ressort de la 4^{ème} participation du Maroc dans cette enquête une amélioration du taux d'activité entrepreneurial émergente. En revanche, les écarts relevés dans les premières enquêtes, notamment l'écart du genre et l'écart intention-création persistent encore d'où notre choix et notre intérêt grandissant pour la problématique traitée dans ce travail de recherche.

Après avoir introduit le contexte marocain à travers la synthèse du diagnostic socioéconomique présenté dans la première section, cette deuxième section se penche sur les spécificités de l'entrepreneuriat à travers une analyse des motivations et des attitudes de son acteur qu'est l'entrepreneur.

I. Spécificités de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur Marocain

Comme il a été déjà souligné dans l'introduction de ce chapitre, les caractéristiques socioéconomiques d'un pays influencent les attitudes et les aspirations de ses citoyens à l'égard de l'entrepreneuriat et par conséquent la croissance économique de la nation. Le projet du global Entrepreneurship Monitor va dans ce sens puisqu'il considère l'entrepreneuriat comme un catalyseur de la croissance économique et de la compétitivité nationale. Le consortium de chercheurs du GEM adopte une approche globale qui tente d'analyser chaque phase du processus entrepreneurial ce qui rejoint la conception de l'entrepreneuriat dans laquelle nous nous inscrivons.

Il est important de noter que toutes les composantes de l'environnement dans lesquelles les femmes et les hommes agissent sur le plan entrepreneurial sont interdépendantes. Ce constat exige une approche transversale dans l'élaboration des politiques appropriées afin de créer un environnement favorable dans lequel le comportement entrepreneurial peut s'épanouir (Ouazzani, 2018).

Le projet du global Entrepreneurship Monitor repose sur deux enquêtes : la première enquête est menée auprès de la population adulte (APS)³⁶ âgée entre 18 et 64ans, et la deuxième enquête est menée auprès des experts nationaux (NES)³⁷.

1. Enquête auprès de la population adulte (APS)

L'APS est le principal outil de recherche du GEM. Il s'agit d'une étude approfondie portant sur au moins 2000 adultes dans chaque pays (sélectionnés à partir d'un échantillon national représentatif de la population âgée entre 18 et 64 ans) et administrée au moyen de techniques pratiques d'enquête en sciences sociales. Afin d'assurer une cohérence et une comparabilité entre les pays, l'enquête est menée à la même période de l'année à l'aide des méthodes approuvées par le GEM.

L'APS recueille les informations sur le pourcentage des populations cibles suivantes :

- (1) Les personnes engagées dans des activités de création d'une entreprise entre 0 et 3 mois (entrepreneurs naissants) ;

³⁶ Adult Population Survey

³⁷ National Expert Survey

- (2) Les personnes impliquées en tant que propriétaire/dirigeant d'une nouvelle entreprise de moins de 42 mois :
- (3) Les personnes qui possèdent une entreprise établie depuis plus de 42 mois ;
- (4) Les personnes ayant possédé dans le passé une entreprise mais ont interrompu leur activité pour une raison quelconques (ex-entrepreneurs) ; ou
- (5) ceux ayant investi dans l'entreprise de quelqu'un d'autre au cours des trois dernières années (investisseurs informels).

Les taux (1) et (2) sont combinés pour produire le taux d'activité entrepreneuriale émergente (TEA) utilisé pour classer les pays participants selon leur niveau d'activité entrepreneuriale à un stade précoce, et combinés avec (3) pour produire un score mesurant le niveau global de l'activité entrepreneuriale de chaque pays.

L'APS recueille des informations provenant des personnes de l'échantillon sur leurs perceptions des opportunités, leurs compétences, leurs opinions sur les valeurs sociales à l'égard de l'entrepreneuriat, etc. le Tableau ci-dessous présentera l'ensemble des indicateurs relevés grâce à l'APS.

Tableau 12 : Indicateurs issus de l'enquête sur la population adulte (APS)

Nature	Indicateur	Signification
Attitudes et Perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat	Opportunités perçues	Pourcentage de la population âgée de 18 à 64 ans (à l'exclusion des personnes impliquées dans une activité entrepreneuriale) qui voient de bonnes opportunités de créer une entreprise dans leur territoire.
	Compétences Perçues	Pourcentage de la population âgée de 18 à 64 ans (à l'exclusion des personnes impliquées une activité entrepreneuriale) qui pensent posséder les compétences et les connaissances requises pour créer une entreprise.
	Peur de l'échec	Pourcentage de la population qui indique que la peur de l'échec les empêcherait de

		créer une entreprise.
	Intentions entrepreneuriales	Pourcentage des entrepreneurs latents et qui ont l'intention de créer une entreprise dans les trois ans à venir.
Activité Entrepreneuriale	Taux d'activité entrepreneuriale émergente (TEA)	Il regroupe les entrepreneurs naissants (entre 0 et 3 mois) et les entrepreneurs/dirigeants des entreprises nouvellement créées (entre 3 et 42 mois). c.à.d. les catégories (1) et (2) présentées ci-haut.
	Taux d'Entrepreneuriat Etabli	Propriétaire-dirigeant d'une entreprise établie, c'est-à-dire qui possède et gère une entreprise en exploitation et verse des salaires depuis plus de 42 mois.
	Activité Entrepreneuriale Employé (EEA)	Taux d'implication des employés dans des activités entrepreneuriales, telles que le développement ou le lancement de nouveaux biens ou services, ou la création d'une nouvelle unité commerciale, d'un nouvel établissement ou d'une nouvelle filiale.
Indice de Motivation	Prévalence de l'entrepreneuriat d'opportunité/nécessité	Personnes impliquées dans le TEA qui sont motivées par des opportunités d'amélioration par rapport à ceux poussés par la nécessité.
Egalité des genres	Ratio TEA Féminin/Masculin	Pourcentage de la population féminine étant entrepreneur naissant ou propriétaire-dirigeante d'une «nouvelle entreprise», divisé par le pourcentage équivalent pour leurs homologues masculins
	Ratio Entrepreneuriat d'opportunité Féminin/Masculin	Pourcentage de femmes impliquées dans le TEA qui (i) déclarent être motivées par une opportunité au lieu d'être poussées par la

		nécessité; et (ii) qui indiquent que le principal facteur de participation à cette opportunité est l'indépendance ou l'augmentation de leur revenu, plutôt que de simplement maintenir leur situation actuelle, divisé par le pourcentage équivalent pour leurs homologues masculins.
Impact entrepreneurial	Potentiel en matière de création d'emploi (+6)	Pourcentage des personnes impliquées dans le TEA qui s'attendent à créer 6 emplois ou plus en 5 ans.
	Innovation	Pourcentage des personnes impliquées dans le TEA qui indiquent que leur produit ou service est nouveau pour au moins certains clients et que peu/pas d'entreprises offrent le même produit.
	Industrie (%)	Pourcentage des personnes impliquées dans TEA dans le secteur 'Services aux entreprises' - Information et communication, Intermédiation financière et immobilier, Services professionnels ou Services administratifs.
Valeurs sociétales à l'égard de l'entrepreneuriat	Statut social élevé des entrepreneurs	Pourcentage de la population qui affirme que les entrepreneurs qui réussissent se voient attribuer un statut élevé dans leur société.
	Entrepreneuriat : un bon choix de carrière	Pourcentage de la population qui affirme que dans leur pays la plupart des gens considèrent le démarrage d'une entreprise comme un choix de carrière souhaitable.

Source : construit par l'auteur depuis (Bosma et Kelley, 2018, p. 15)

Après avoir présenté les différents indicateurs de l'APS, les résultats issus de cette enquête réalisée auprès de la population adulte marocaine âgée entre 18 et 64 ans pour l'année 2018 sera synthétisé dans ce qui suit.

Tableau 13 : Indicateurs clés de l'entrepreneuriat au Maroc (2018)

Attitudes et Perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat		
	Valeur en %	Rang/49
Opportunités Perçues	33.6	38
Compétences Perçues	29.5	45
Peur de l'échec	64.2	1
Intentions entrepreneuriales	39.8	7
Activité Entrepreneuriale		
TEA 2018	6.7	38
TEA 2017	8.8	37/54
TEA 2016	5.6	59/65
Taux d'Entrepreneuriat Etabli	4.2	40
Activité Entrepreneuriale Employé (EEA)	4.8	17
Index de Motivation		
Prévalence de l'entrepreneuriat d'opportunité/nécessité	1.3	39
Egalité des genres		
Ratio TEA Féminin/Masculin	0.46	44
Ratio Entrepreneuriat d'opportunité Féminin/Masculin	1.09	4
Impact entrepreneurial		
Potentiel en matière de création d'emploi (+6)	68.3	31
Innovation Industrie (%)	14.9	42
Valeurs sociétales à l'égard de l'entrepreneuriat		
Statut social élevé des entrepreneurs	68.3	31
Entrepreneuriat : un bon choix de carrière	61.1	28

Source : Traduit depuis le rapport du GEM (Bosma et Kelley, 2018, p.92)

Devenir entrepreneur ne concerne pas évidemment tous les citoyens d'un territoire. Seuls ceux qui décident à un moment de leur vie de s'engager dans une activité entrepreneuriale le deviendront (Ouazzani, 2018). Ce constat appuie notamment notre

choix du processus entrepreneurial développé par Tounès (2003) où la prise de décision constitue une phase cruciale pour la concrétisation de l'acte entrepreneurial. En effet, selon le GEM, l'un des facteurs importants pour expliquer le choix de la carrière entrepreneuriale est l'attitude à l'égard de l'entrepreneuriat. En suivant l'ordre du GEM, la création d'entreprise suppose la découverte la poursuite et l'exploitation d'une opportunité d'affaire. L'identification d'une opportunité est, de ce fait une condition préalable à l'acte entrepreneurial. Dans le contexte marocain plus de 33% de la population non impliquée dans une activité entrepreneuriale perçoivent de bonnes opportunités pour créer une entreprise sur leur territoire. Toutefois, nous considérons que dans notre contexte l'entrepreneuriat peut également être poussé par la nécessité. En 2018, on remarque une prévalence de l'entrepreneuriat d'opportunité par rapport à celui de nécessité donnant ainsi lieu à un indice de motivation de 1,3.

Par ailleurs, pour qu'un individu puisse exploiter l'opportunité perçue, il doit être conscient de la valeur des informations dont il dispose et de la confiance qu'il accorde à ces informations en tant qu'opportunité. Ceci passe encore par sa perception des entrepreneurs qui les entoure. En effet, cette perception au sein d'une population donnée peut être appréhendée selon le GEM par trois questionnements :

- Devenir entrepreneur est-il un bon choix de carrière ?
- Les médias font-ils l'écho des entrepreneurs qui réussissent ? (cette question nous renvoie au « modèle d'entrepreneur » relevé dans la RL)
- Les entrepreneurs qui réussissent bénéficient-ils d'un statut élevé et du respect des autres ?

A travers le monde, deux tiers de la population sont convaincus que les entrepreneurs disposent d'un statut élevé au sein de leurs sociétés. Ces attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat sont plus fréquentes dans le continent africain et notamment au Maroc où à peu près 70% de la population affirme que les entrepreneurs qui réussissent se voient attribuer un statut élevé dans leur pays et plus des deux tiers de l'échantillon approché considèrent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière. En outre, les médias marocains ont également leur rôle à jouer dans la promotion de l'entrepreneuriat puisque 52,2% de la population trouvent qu'ils exposent souvent des articles sur le succès des entrepreneurs et accordent une image positive à l'entrepreneuriat dans le pays.

Ci-dessus nous avons fait référence aux avis de la population marocaine interrogée sur le statut social accordé aux entrepreneurs et le rôle des médias dans la promotion de l'entrepreneuriat. Une autre catégorie d'indicateurs que nous considérons plus importante dans la prédiction de l'intention entrepreneuriale et notamment le passage à l'acte, est relative à l'auto-perception des compétences entrepreneuriales. Comme nous l'avons déjà vu dans les résultats de la RL, le niveau des compétences entrepreneuriales perçues permet d'expliquer grandement l'intention de devenir entrepreneur et par extension le passage à l'acte entrepreneurial proprement dit. Les marocains semblent peu confiants quant à leurs capacités à créer et gérer une entreprise (classés 45/49ème en 2018). En outre, force est de constater que le pays affiche le plus grand écart mondial en 2017 entre la perception des compétences chez les hommes (63,58%) et celle chez les femmes (35,84%).

Un autre facteur significatif dans la prédiction de l'intention est lié à l'accès aux réseaux d'entrepreneurs. En effet, connaître personnellement un entrepreneur permet de démystifier son travail et d'offrir un point de comparaison pour estimer et évaluer ses propres compétences.

Il est démontré dans le GEM que plus les gens entretiennent des relations avec des entrepreneurs, plus cela stimule leurs intérêts pour une carrière entrepreneuriale. Le projet mesure cet effet miroir par le fait «de connaître personnellement un entrepreneur qui a monté son entreprise au cours des deux dernières années».

Dans les résultats de la RL présentés dans le chapitre 2, le facteur «connaissance d'un entrepreneur» est lié à deux phases du processus entrepreneurial, notamment, la propension entrepreneuriale et la décision à travers le capital social. En effet, au-delà des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, le capital social est considéré comme « *un complément contextuel du capital humain* » (Burt, 2000).

L'insertion dans un réseau, la connaissance de personnes qui agissent dans le même champ d'activité ou qui ont les mêmes préoccupations, motive sans doute le choix des individus de s'inscrire dans une activité entrepreneuriale. Dans le contexte marocain 40% des individus connaissent un entrepreneur dans leur entourage. Toutefois, les femmes trouvent des difficultés à intégrer les réseaux d'entrepreneurs. Les résultats du GEM montrent que les femmes connaissent moins d'entrepreneurs dans leur entourage (34,15%) que leurs homologues masculins (55,02%) (Ouazzani, 2018).

Si les facteurs évoqués ont un effet sur la création d'entreprises, GEM identifie trois dimensions centrales pour expliquer le taux de création : les opportunités perçues, la peur de l'échec et l'intention entrepreneuriale. Au Maroc, 33.6% de la population qui déclarent percevoir des opportunités de création avouent également que la peur de l'échec les dissuaderait de s'engager concrètement dans une activité entrepreneuriale (le Maroc est classé 1er quant à la peur de l'échec en 2018). La représentation sociale et culturelle de l'échec est naturellement corrélée avec le genre et le niveau d'instruction (Ouazzani, 2018). En 2017, les valeurs relatives à la peur de l'échec les plus élevées sont enregistrées chez les femmes marocaines (54,69%) et chez les adultes ayant un niveau d'éducation supérieur (59,48%).

Au Niveau international, la comparaison des données souligne par ailleurs que les pays qui affichent les TEA les plus importants sont ceux qui ont les taux les plus faibles en termes de peur de l'échec.

Pour terminer avec les résultats issus de l'enquête sur la population adulte (APS), l'intention entrepreneuriale constitue la variable qui permet le plus d'anticiper le démarrage effectif d'une activité entrepreneuriale. Le passage de l'intention à l'action a été abordé par bon nombre de chercheurs. Toutefois, cette situation demeure problématique au Maroc à cause du grand écart qui existe entre l'intention et l'action entrepreneuriale. Cet écart est expliqué selon le GEM par la difficulté d'accès au financement et l'aversion au risque. Ces considérations mènent au non aboutissement ou au renoncement du projet ce qui interpelle, notamment, le rôle de l'accompagnement entrepreneurial à ce stade.

En effet, au Maroc, le TEA mesuré en 2017 était de 8.8% et il est passé à 6.7% en 2018 ce qui signifie que moins de 7 adultes sur 100 sont impliqués dans une entreprise de moins de trois ans et demi. Ces valeurs sont significativement inférieures à la moyenne des pays étudiés.

La recherche académique en entrepreneuriat a mis en évidence depuis fort longtemps que la création n'est qu'un épisode du processus entrepreneurial. Nous l'avons d'ailleurs bien éclairé dans le chapitre précédent à travers la prise en considération des phases amont qui sont moins repérable par les instruments statistiques classiques et qui mérite autant d'attention sinon plus que la création elle-même. Le GEM va dans ce sens, puisqu'il ne se borne pas à estimer le nombre de personnes qui ont créé une

entreprise mais il se focalise également sur toutes les phases qui précèdent d'acte entrepreneurial et accorde une importance majeure à l'écosystème entrepreneurial dans chaque pays étudié.

2. Enquête auprès des Experts Nationaux (NES)

Au-delà de l'enquête réalisée auprès de la population adulte, les équipes GEM ont également administré un questionnaire auprès des experts nationaux de chaque pays.

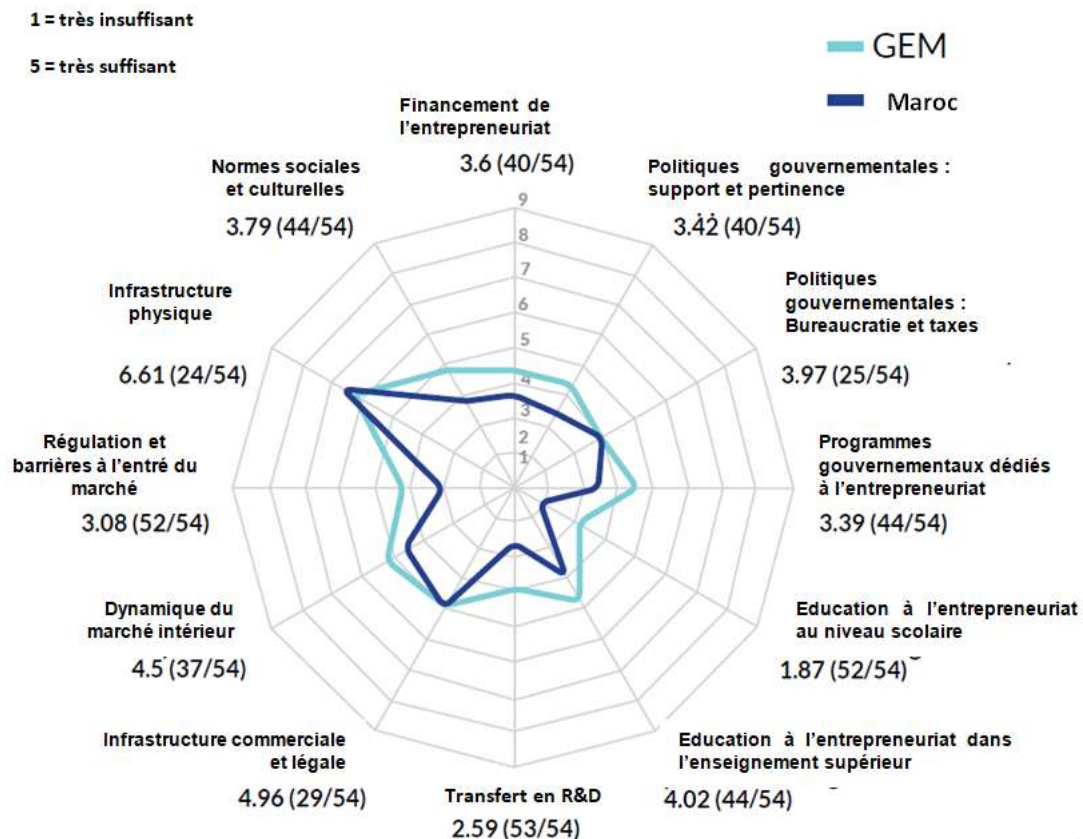
Ces experts constituent un panel représentatif et équilibré pouvant témoigner de la situation de l'entrepreneuriat dans le contexte marocain et couvrent ainsi neuf domaines d'expertise génériques :

- Financement de l'entrepreneuriat : la disponibilité et accès des entrepreneurs et entrepreneurs potentiels aux canaux de financement. Cela inclut les investissements informels, les *business angels* professionnels, les investisseurs en capital-risque, les banques, les prêts gouvernementaux, les subventions et le financement participatif.
- Politiques gouvernementales : la manière dont les politiques gouvernementales influencent l'activité entrepreneuriale (nouvelle et/ou en croissance), notamment, les mesures légales (législation fiscale, législation sur le travail et la gouvernance), les structures d'entreprises et les formalités administratives.
- Programmes gouvernementaux d'appui à l'entrepreneuriat : mise en place de programmes et d'actions spécifiques pour la promotion de l'entrepreneuriat au niveau national et régional.
- Education et la Formation à l'entrepreneuriat : l'intensité avec laquelle la formation en création/management d'entreprises nouvelles ou en croissance est incorporée au niveau du système éducatif primaire, secondaire et supérieur.
- Régulations et barrières à l'entrée : Ici on distingue la dynamique du marché qui renvoie au rythme ou au degré avec lequel le marché change d'une année à l'autre et l'accessibilité au marché interne.
- Normes sociales et culturelles : ce facteur montre si et comment la société encourage ou décourage les initiatives entrepreneuriale à travers la culture, le comportement, les croyances, la langue et les coutumes.
- Les transferts en R&D : l'évaluation par les experts des transferts en recherche et développement depuis les universités et les centres de recherche vers le

marché des entreprises et à quel degré les ingénieurs et les scientifiques commercialisent les résultats de leurs recherches pour en faire profiter le marché.

- Infrastructure physique : Cela correspond aux infrastructures qui facilitent la communication, le transport et les opérations commerciales aux niveaux national et international grâce à des aspects tels que l' internet, les services de téléphonie cellulaire, l' immobilier (terrains, bâtiments), les services publics fiables et autoroutes, les chemins de fer ainsi que les ports et aéroports avancés.
- Infrastructure légale et commerciale : Ce facteur représente l'offre et le caractère abordable des professionnels et des entreprises fournissant des services aux entrepreneurs, notamment les comptables, les avocats et les consultants, afin de les aider à créer et à gérer leurs entreprises.

Figure 16 : Ecosystème entrepreneurial Marocain aux yeux des experts



Source : Traduit depuis (Bosma et Kelley, 2018, p.92)

L'analyse des résultats du GEM issus de l'enquête auprès des experts nationaux permettra dans ce qui suit de constater l'influence du contexte marocain mitigé sur le développement des activités entrepreneuriales.

En effet, le contexte socio-économique, politique et législatif peut stimuler ou étouffer l'esprit entrepreneurial. Le *Global Entrepreneurship Monitor* appréhende cet écosystème à travers la combinaison des neuf conditions cadres présentées ci-haut. A partir de la Figure 16, on peut constater que le Maroc souffre d'un écosystème relativement fragile avec des scores faibles dans neuf des douze composantes des conditions cadres en 2018.

Selon GEM, le financement constitue un élément central au développement des activités entrepreneuriales. En effet, sans ressources financières, même les projets les plus prometteurs ne peuvent pas voir le jour. Dans le contexte marocain, cette condition cadre est jugée défavorable. Les experts déplorent les difficultés d'accès aux financements classiques qui semblent disponibles, notamment les offres bancaires et les microcrédits.

Quant aux politiques publiques, les experts estiment que le Maroc ne s'est pas suffisamment doté de mesures et programmes d'appui important et effectif qui favorisent la création et le développement des activités entrepreneuriales (Classé 40^{ème}). Cependant, sur le registre des taxes et de la bureaucratie, les experts saluent les efforts engagés en classant le pays 25^{ème}.

Concernant l'éducation et la formation à l'entrepreneuriat, le Maroc est classé 52^{ème} quant au niveau scolaire puisqu'il ne constitue guère un terreau fertile à l'entrepreneuriat. Cependant, le jugement des experts est moins sévère à l'égard de l'enseignement supérieur où il est classé 44^{ème}. Pareillement pour les transferts en R&D, les experts portent un jugement globalement négatif (le Maroc est classé avant dernier). En effet, le terrain marocain ne dispose pas d'innovations technologiques et de mécanismes de transferts que les entrepreneurs pourront exploiter pour développer leurs activités entrepreneuriales.

Au niveau de l'infrastructure commerciale et services, les experts s'accordent que le pays est doté des services de base pour soutenir la création et le développement des entreprises. Cependant, ils critiquent le coût élevé des prestations proposées par les sous-traitants, fournisseurs et consultants en phase de démarrage. Par ailleurs,

l'infrastructure physique reste accessible puisque le secteur public investi davantage dans l'infrastructure économique (autoroutes, gaz, eau, électricité etc.) susceptible de fournir un appui solide à la création et au développement des affaires. Sur cette condition le Maroc obtient une note de 6,61.

Un autre point critique concerne l'ouverture du marché marocain. En fait, les experts déplorent l'existence de barrières à l'entrée et l'inefficacité de la loi sur la concurrence.

Finalement, les normes socioculturelles favorisent la responsabilité et la réussite individuelle mais n'encouragent pas suffisamment la créativité, et encore moins la prise de risque.

Ces résultats issus du GEM, montrent que l'environnement dans lequel évoluent les entrepreneurs peut jouer un rôle de facilitateur ou, à l'inverse, inhiber le démarrage d'une activité entrepreneuriale. Comme nous l'avons déjà vu dans notre RL et appuyé par l'étude GEM, plusieurs facteurs peuvent en effet impacter, à degré divers, le démarrage d'une activité entrepreneuriale dans une économie.

II. Le profil de l'entrepreneur Marocain

S'intéresser à l'entrepreneuriat dans le contexte marocain interpelle un focus sur le profil de l'entrepreneur qui se trouve au cœur du processus entrepreneurial. C'est un aspect qui est très souvent discuté mais non pris en compte par les pouvoirs publics dans l'élaboration des programmes destinés à la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays et encore moins dans les programmes d'accompagnement qui proposent une offre standard.

L'entrepreneuriat constitue un choix de carrière et se distingue du salariat puisqu'il permet une grande autonomie. Les particularités de l'entrepreneuriat peuvent se vivre différemment selon le genre (femme/homme) de l'entrepreneur, son âge et sa motivation. Il est ainsi indéniable d'admettre la cohabitation de deux catégories d'entrepreneuriat initiés par deux types d'entrepreneurs dans le contexte Marocain. Il s'agit de l'entrepreneuriat d'opportunité et celui de nécessité. Comme nous l'avons déjà souligné, ces entrepreneurs peuvent également se distinguer en fonction du genre.

1. L'entrepreneuriat d'opportunité vs entrepreneuriat de nécessité

La littérature portant sur les motivations entrepreneuriales considère que l'entrepreneuriat peut être choisi ou subi (Gabarret et Vedel, 2015).

Inspiré de la théorie *push* et *pull*, Reynolds et ses collègues présentent une définition originelle de l'entrepreneuriat d'opportunité/nécessité qui demeure dominante dans le champ. L'entrepreneuriat d'opportunité fait référence aux individus qui se sont engagés dans la création et/ou la croissance de nouvelles entreprises afin de poursuivre des opportunités d'affaires pour leurs propres intérêts. Il s'agit d'une participation volontaire (Reynolds *et al.*, 2001, p.8). L'entrepreneuriat de nécessité renvoie aux individus qui se sont engagés dans la création et/ou la croissance de nouvelles entreprises et qui perçoivent cette action entrepreneuriale comme la meilleure option disponible pour s'employer, mais qui ne préféreraient pas nécessairement ladite option. Ces individus se sont engagés parce qu'ils n'avaient pas de meilleurs choix (Reynolds *et al.*, 2001, p.8). Cette perspective s'intéresse à étudier les caractéristiques individuelles des entrepreneurs et distingue ceux motivés par des déplacements négatifs (nécessité) et ceux motivés par des déplacements positifs (opportunité).

Tableau 14 : Les motivations entrepreneuriales : Opportunité/Nécessité

Motivation entrepreneuriale	
Nécessité/ <i>Push</i> (facteurs d'insatisfaction)	Opportunité/ <i>Pull</i> (facteurs d'attraction)
<ul style="list-style-type: none"> • Sortir du chômage • Travail insatisfaisant (problème avec la hiérarchie...) • Immigration forcée • Divorce ou veuvage • Sortie de l'armée de l'école ou du prison • Perpétuer la tradition familiale 	<ul style="list-style-type: none"> • Perception d'une opportunité d'affaire • Développer de nouveaux produits/services • Améliorer ses revenus • Fibre entrepreneuriale (choix de carrière) • Autonomie et indépendance

Source : Auteur à partir des facteurs les plus cités dans la littérature³⁸

³⁸ Inspiré du modèle de Shapero et Sokol (1982), Reynolds et al. (2001) et Gabarret et Vedel (2012)

Les tout premiers rapports du GEM étudient l'influence des caractéristiques démographiques notamment l'âge et le sexe sur les motivations de nécessité et d'opportunité des entrepreneurs. En effet, Reynolds *et al.*(2001) soulignent que les entrepreneurs par opportunité sont plus âgés que les entrepreneurs par nécessité. Par ailleurs, ces auteurs associent l'entrepreneuriat d'opportunité aux hommes, tandis que leurs homologues féminins sont plus concernés par l'entrepreneuriat de nécessité. Toutefois, Zoumba (2018) trouve que la dimension démographique fait ressortir des résultats contradictoires dans la littérature et qu'elle n'a pas un réel effet sur les motivations des entrepreneurs de nécessité/opportunité.

Outre les caractéristiques démographiques, le capital humain représenté par le niveau d'éducation et l'expérience professionnelle a également été pris en compte comme élément qui influence les motivations des entrepreneurs par nécessité/opportunité. Les rapports du GEM indiquent généralement que les entrepreneurs d'opportunité ont tendance à avoir un niveau d'éducation plus élevé et une expérience professionnelle plus pertinente que les entrepreneurs par nécessité. Toutefois, plusieurs auteurs infirment ce constat et présentent des résultats contradictoires dans des contextes différents.

Le GEM distingue explicitement l'entrepreneuriat d'opportunité qui est dicté par un choix de carrière et la volonté de l'individu de poursuivre des opportunités d'affaires, et l'entrepreneuriat de nécessité conditionné par un environnement socioéconomique défavorable (instabilité de l'emploi, chômage, exclusion sociale etc.). Les entrepreneurs dans les économies à faible revenu sont généralement plus susceptibles d'être poussés par la nécessité que dans les économies plus riches. En 2018, 35% en moyenne des entrepreneurs de l'échantillon déclarent avoir créé leur entreprise car ils n'avaient pas une meilleure option de travail. Dans ces économies, les possibilités d'emploi sont généralement moindres d'où l'orientation vers l'entrepreneuriat qui permet aux individus de générer des revenus. Cet indicateur varie considérablement dans les économies à faible revenu avec par exemple 25% des entrepreneurs indonésiens qui ont des motifs de nécessité, contre 48% en Égypte, le niveau le plus élevé de l'ensemble de l'échantillon. Toutefois, l'entrepreneuriat dans le contexte marocain ne suit pas cette logique puisqu'il est beaucoup plus motivé par l'opportunité que la nécessité (77,3% contre 22,3%). Le projet plaide pour le renforcement de l'entrepreneuriat de nécessité à travers un accompagnement adéquat

permettant de limiter le risque d'échec de ce type d'entrepreneurs qui trouvent du mal à traverser les quatre phases du processus entrepreneurial et s'installer dans la durée.

2. L'entrepreneuriat féminin vs entrepreneuriat masculin

Vu comme un levier de croissance, d'innovation et d'emploi, l'entrepreneuriat féminin a connu un engouement indéniable ces dernières décennies. Or, les résultats du GEM montrent un écart de genre en entrepreneuriat à travers le monde d'où notre intérêt pour la problématique traitée dans ce travail de recherche. En plus du faible potentiel de création d'entreprise par les femmes, elles sont également moins encouragées ou favorisées que leurs homologues masculins à être partenaires ou dirigeantes d'entreprise.

Tableau 15 : Création d'entreprise au Maroc

Entreprises créées par des personnes morales					
Année	Dirigeants		Partenaires		Nombre de registres
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	
2014	89%	11%	84%	16%	32 636
2015	87%	13%	83%	17%	34 344
2016	86%	14%	82%	18%	38 365
2017	86%	14%	81%	19%	40 047
2018	87%	13%	83%	17%	46 033
Entreprises créées par des personnes physiques					
Année	Taux des entreprises créées par les hommes		Taux des entreprises créées par les femmes		Nombre de registres
2014	85%		15%		27 526
2015	85%		15%		30 275
2016	84%		16%		33 433
2017	84%		16%		36 400
2018	84%		16%		45 876

Source : Site officiel de l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale³⁹

Rappelons que le Maroc affiche un taux d'activité féminine très faible par rapport à l'activité masculine (Tableau 11) dans tous les secteurs d'activités. Ceci peut être démontré également à travers l'expérience entrepreneuriale Marocaine qui présente des taux d'entrepreneuriat féminin traditionnellement inférieurs à l'entrepreneuriat masculin et affiche par conséquent l'un des plus faibles indices d'équité de genre dans le monde. Le TEA chez les hommes est trois fois supérieur à celui des femmes.

³⁹ Consulté le 15 août 2020

Le GEM associe cet écart à la perception des compétences. Il souligne que les femmes marocaines disposent de réelles capacités entrepreneuriales mais sont pourtant handicapées par un système social et culturel pénalisant. En outre, comme nous l'avons déjà présenté dans la Figure 13, les femmes marocaines disposent d'un capital social inférieur à celui des hommes, perçoivent moins d'opportunités et témoignent d'une grande aversion au risque. Cependant, il est à souligné que lorsque les femmes marocaines entreprennent, elles ont un bien meilleur potentiel de croissance que les hommes. Par ailleurs, la population féminine apparaît actuellement comme un enjeu majeur, un réservoir d'initiatives et d'énergies qui peuvent contribuer efficacement au développement de l'entrepreneuriat au Maroc.

Pour conclure cette sous-section, force est de constater qu'au Maroc, l'entrepreneuriat et l'entrepreneur constituent une préoccupation encore récente pour les pouvoirs publics et très peu de travaux présentent le profil de l'entrepreneur marocain ou visent à mettre en exergue ses compétences. Parmi ceux qui ont tenté de présenter le portrait-robot de l'entrepreneur marocain émergent est le global Entrepreneurship Monitor. Il s'agit d'un homme âgé entre 25 et 34 ans ayant un niveau d'instruction faible.

Dans une autre perspective, selon l'Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise (ANPME), le profil de la femme entrepreneure marocaine se caractérise par ce qui suit :

- Elle est âgée de 35 à 44 ans.
- Dispose d'un niveau d'éducation élevé et d'une expérience antérieure dans le monde des affaires.

Section 3 : L'approche genre en contexte : pour un accès équitable à l'emploi

L'adoption de l'approche genre dans tous les domaines de la vie quotidienne est devenue une préoccupation majeure des acteurs socioéconomiques et des politiques publiques à travers le monde. En effet, l'accès égalitaire aux opportunités économiques (emploi décent, salaire...etc.) et à la prise de décision (accès aux postes de pouvoirs) sous la perspective du genre interpelle sur les capacités d'inclusion des modèles de développement dominants. C'est dans cette perspective que les objectifs de développement post 2015 considèrent grandement cette problématique, non seulement pour faire écho à la voix féminine mais pour s'assurer des conditions de durabilité de ces modèles de développement et leur vocation plus juste et soucieuse de la dignité humaine.

Au niveau national, force est de constater que le pays s'engage de manière claire dans la mise en œuvre du programme 2030 des objectifs du Développement Durable (ODD). Conscient que l'atteinte de ces objectifs est conditionnée par la réduction des inégalités, notamment de genre, le Maroc place la question de l'égalité et l'équité de genre au cœur des priorités de ses politiques publiques et met en place divers chantiers destinés à la promotion des droits humains, en particulier ceux des femmes. Cette priorisation est en parfaite cohérence avec l'objectif stratégique de consolidation des bases d'une économie prospère, permettant à tous citoyen et citoyenne de profiter d'un vivre-ensemble harmonieux et apaisé au sein duquel la femme marocaine exercerait pleinement et entièrement ses droits fondamentaux. Cet intérêt a été d'ailleurs appuyé par une volonté politique sans cesse réaffirmée par Sa Majesté le Roi. Néanmoins, malgré les efforts consentis, les statistiques montrent que l'écart du genre dans le contexte marocain est toujours d'actualité. Cet écart est surtout attelé à la participation économique des femmes et son accès à des emplois décents et à l'entrepreneuriat plus particulièrement. En somme, beaucoup de défis restent à relever pour rattraper ce gap, et les pouvoirs publics doivent redoubler les efforts afin de réussir l'égalité et l'équité de genre et en faire l'un des principaux piliers du modèle de développement national.

I. L'adoption de l'approche genre au Maroc

L'engagement sur la voie du développement durable à travers un processus de consolidation de l'État de Droit, de la démocratie participative, du respect des droits fondamentaux des femmes et du principe de l'égalité et de la justice sociale est désormais incontesté au Maroc. Le royaume a érigé les principes d'équité et d'égalité hommes/femmes au rang des priorités nationales et socles fondateurs de la stratégie de développement économique et social du pays (MEF, 2019a). En effet la mise en place des politiques publiques favorisant l'égalité et l'équité de genre est devenue un impératif légal.

1. Historique et évolution de l'approche genre au niveau international et national

De la Conférence de Mexico en 1975 au Sommet du Millénaire pour le développement en 2000, puis à l'adoption du Programme de développement durable pour 2030, une série de conférences mondiales est organisée par l'ONU, rappelant les objectifs d'égalité entre femmes et hommes, comme fondement des droits humains et de développement. Quatre phases ont marqué l'évolution des politiques publiques en faveur de l'égalité de genre en parallèle à l'évolution du concept même au niveau international.

Tableau 16 : Les quatre phases de l'évolution de l'approche genre et son intégration aux politiques publiques

PHASES	FACTEURS D'INFLUENCE	CENTRE D'INTÉRÊT	ACTIONS COMMUNES
Première Phase 1945-1962	<ul style="list-style-type: none"> - Création de la Commission de la Condition Juridique et Sociale de la Femme. - Adoption de la Déclaration Universelle des Droits Humains. 	Montrer les inégalités et déterminer les obstacles pour atteindre l'égalité.	Les actions sont orientées presque exclusivement à obtenir l'égalité juridique.
Deuxième Phase 1963-1975	<ul style="list-style-type: none"> - Approbation de la Déclaration sur l'Élimination de toutes formes de Discrimination contre la Femme. - Adoption du document «Stratégie de Développement International pour la Deuxième Décennie (1971-1981)». Ce document se réfère à la pleine intégration des femmes dans les efforts pour le développement. - Célébration de la Première Conférence Mondiale de l'Année Internationale de la Femme, au Mexique. 	Parler du droit des femmes à pouvoir prendre part aux bénéfices du développement et à être intégrées dans le processus, et ce comme condition pour réussir les objectifs du développement et de la paix.	<ul style="list-style-type: none"> - Le début des réponses officielles aux demandes d'égalité juridique. - Les premières tentatives de politiques dirigées vers les femmes. - Changements d'attitudes et compromis politiques des gouvernements sur la question des femmes. - Création des premières structures institutionnelles très basiques.
Troisième Phase 1976-1985	<ul style="list-style-type: none"> - Première décennie de l'ONU pour la Femme, dans le cadre de la Stratégie Internationale pour le Développement. - Deuxième Conférence Mondiale de la Femme, Copenhague, 1980. - Adoption de la Convention pour l'Élimination de toutes formes de Discrimination contre la Femme (CEDAW) 1979. - Troisième Conférence Mondiale de la Femme, Nairobi, 1985. 	<ul style="list-style-type: none"> - Changement dans la conscience internationale sur l'impact de la situation de la femme dans le développement, particulièrement concernant des phénomènes généralisés comme la pauvreté, la surpopulation, l'analphabétisme, la malnutrition, etc. - Nouvelle conception de la femme, comme agent et bénéficiaire du développement dans tous les secteurs et à tous les niveaux. 	Programmes dirigés vers des femmes de secteurs défavorisés pour renforcer leurs capacités sociales basiques et renforcement progressif par les organismes chargés des affaires féminines de l'institutionnalisation de cette question.
Quatrième Phase 1986-1995	<ul style="list-style-type: none"> - IV^{ème} Conférence Mondiale à Pékin. - Conférences Mondiales sur l'Environnement, les Droits Humains, ceux des garçons et des filles, sur la Population Mondiale, etc. et Sommets Internationaux. 	<ul style="list-style-type: none"> - Évaluation de l'impact des efforts réalisés. - Considération du caractère global que ces efforts doivent avoir. - Apparition de «l'Approche Genre» et du principe de «Mainstreaming». - Importance octroyée à la question de la violence. 	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement des organismes chargés des Femmes. - Politiques publiques sectorielles avec approche genre. - Les premiers plans stratégiques.

Source : Guide sur l'Intégration Transversale de l'Egalité de Genre dans les politiques publiques (MSFFDS, 2014, P.27-28)

Les organisations de la société civile des pays du Sud et du Nord ont été très présentes lors de ces conférences, en particulier à Rio et Pékin, et ont grandement favorisé les avancées par leur expertise et leurs actions de plaidoyer (Adéquations, 2015).

Force est de constater que la quatrième conférence mondiale sur les femmes qui a eu lieu au Pékin en 1995 et où le Maroc été représenté, constitue un réel tournant. La Déclaration de Pékin, une véritable charte refondatrice des droits des femmes, consolide et précise le travail engagé vingt ans plus tôt. La conférence proclame que l'égalité femmes-hommes est une condition essentielle du développement durable, de

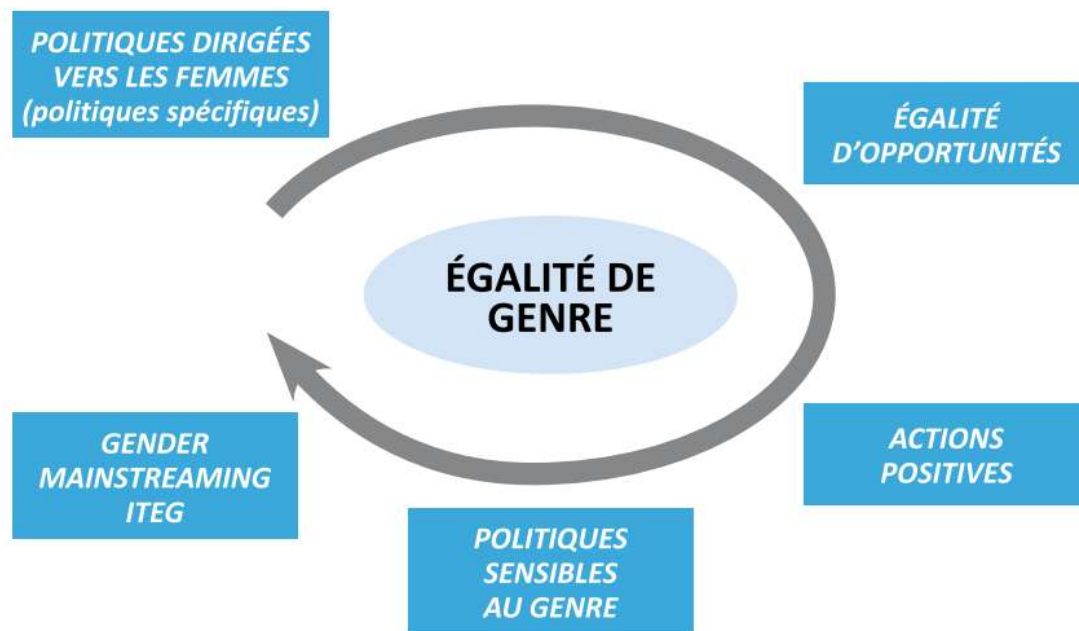
la paix et de la démocratie et met en place le Programme d'Action de Pékin qui comporte douze objectifs stratégiques :

1. Lutter contre la pauvreté croissante des femmes.
2. Favoriser l'égal accès à l'éducation et à la formation.
3. Favoriser l'égal accès aux soins et aux services sanitaires.
4. Lutter contre la violence à l'égard des femmes.
5. Combattre les effets des conflits armés sur les femmes.
6. Promouvoir l'égalité au sein des structures et des politiques économiques, l'égal accès à toutes les formes d'activité de production et aux ressources.
7. Encourager le partage du pouvoir et la prise de décision.
8. Promouvoir les mécanismes de promotion de la femme.
9. Assurer le respect des droits fondamentaux des femmes et les carences de la promotion et de la protection de ces droits.
10. Lutter contre l'image stéréotypée de la femme et l'inégalité d'accès et de participation des femmes dans la communication (notamment les médias).
11. Favoriser l'égal accès à la gestion des ressources naturelles et à la préservation de l'environnement.
12. Abolir la discrimination à l'égard des petites filles et les violations de leurs droits fondamentaux.

Ce Programme devient alors un cadre de référence, tant pour l'action gouvernementale nationale, que pour celle des organisations de la société civile et des partenaires du développement. Pour la première fois, les signataires s'engagent à inclure effectivement l'égalité entre les femmes et les hommes dans tous les domaines de leur action gouvernementale. En effet, l'Intégration Transversale de l'Egalité de Genre (ITEG) ou encore l'Intégration Systématique de l'Approche Genre (ITAG) issues de l'anglais «gender mainstreaming » constitue un nouveau pas décisif pour atteindre l'égalité hommes/femmes au niveau international mais également au Maroc. Le « gender mainstreaming » est une stratégie globale de transformation de la société qui consiste à reconnaître qu'en raison de facteurs historiquement et socialement construits, les femmes et les hommes ont des besoins et des priorités différents, qu'ils et elles font face à des contraintes différentes et qu'en raison de facteurs sociaux, économiques, culturels, leurs aspirations et contributions au développement ne s'expriment pas automatiquement de la même façon (Adéquations, 2015).

L'intégration de l'approche genre dans les politiques publiques et sa consécration dans les opérations de planification, de mise en œuvre et d'évaluation a permis un changement radical dans la vie publique Au Maroc. On distingue ainsi différentes typologies de politiques publiques qui ont suivi le développement de l'approche genre au niveau national (Figure 17).

Figure 17: Evolution des politiques publiques d'égalité de genre



Source : Guide sur l'Intégration Transversale de l'Egalité de Genre dans les politiques publiques (MSFFDS, 2014, p. 29)

Selon le Conseil Économique et Social des Nations Unies (1997) « *L'intégration des questions de genre consiste à évaluer les implications des femmes et des hommes dans toute action planifiée comprenant la législation, les procédures ou les programmes dans tous les domaines et à tous les niveaux. Cette stratégie permet d'intégrer les préoccupations et les expériences des femmes et des hommes à la conception, à la mise en œuvre, au contrôle et à l'évaluation des procédures et des programmes dans toutes les sphères politiques, économiques et sociétales pour qu'ils en bénéficient de manière égale et que l'inégalité actuelle ne soit pas perpétuée* » (MSFFDS, 2014, p 31).

Plus récemment, l'assemblée générale des Nations unies a adopté en septembre 2015 le « Programme de développement durable à l'horizon 2030 », qui définit 17 Objectifs de développement durable, à mettre en œuvre par l'ensemble des Etats.

Le cinquième objectif concerne l'égalité femmes-hommes : « Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles » et cible les points suivants :

- Mettre fin, dans le monde entier, à toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes et des filles ;
- Éliminer de la vie publique et de la vie privée toutes les formes de violence faite aux femmes et aux filles, y compris la traite et l'exploitation sexuelle et d'autres types d'exploitation ;
- Éliminer toutes les pratiques préjudiciables, telles que le mariage des enfants, le mariage précoce ou forcé et la mutilation génitale féminine ;
- Faire une place aux soins et travaux domestiques non rémunérés et les valoriser, par l'apport de services publics, d'infrastructures et de politiques de protection sociale et la promotion du partage des responsabilités dans le ménage et la famille, en fonction du contexte national ;
- Garantir la participation entière et effective des femmes et leur accès en toute égalité aux fonctions de direction à tous les niveaux décisionnels de la vie politique, économique et publique
- Assurer l'accès de tous aux soins de santé sexuelle et procréative et faire en sorte que chacun puisse exercer ses droits en matière de procréation ;
- Entreprendre des réformes visant à donner aux femmes les mêmes droits aux ressources économiques, ainsi qu'à l'accès à la propriété et au contrôle des terres et d'autres formes de propriété, aux services financiers, à l'héritage et aux ressources naturelles, dans le respect du droit interne ;
- Renforcer l'utilisation des technologies clés, en particulier de l'informatique et des communications, pour promouvoir l'autonomisation des femmes ;
- Adopter des politiques bien conçues et des dispositions législatives applicables en faveur de la promotion de l'égalité des sexes et de l'autonomisation de toutes les femmes et filles à tous les niveaux et renforcer celles qui existent.

Au niveau national, l'adoption de l'approche genre et sa mise en place s'est imposée davantage au fil des années. En effet, l'engagement du Maroc se fait à plusieurs niveaux : international à travers la Convention sur l'Élimination de toutes les formes de Discrimination à l'égard des Femmes (CEDEF) ratifiée par le Maroc en 1993 et qui constitue un pas très important pour les droits des femmes, au niveau constitutionnel ainsi qu'au niveau national à travers la mise en place des plans et

programmes pour l'égalité de genre et la mise en vigueur de différentes Lois Organiques.

2. Pour une effectivité de l'égalité de genre : les réformes juridiques, réglementaires et institutionnelles au Maroc

L'égalité entre les hommes et les femmes est un principe islamique authentique, qu'illustrent de nombreux passages du Coran et de la sunna. Dans le Coran, les hommes et les femmes sont égaux à la création et après la mort, créés à partir de la même âme (nafs wahidah), sans préséance, ni supériorité. De même, Les enseignements de l'islam confortent le principe d'égalité entre les femmes et les hommes et n'autorisent pas les discriminations et les inégalités en raison du sexe. Les valeurs de justice ('adl), d'égalité (musawah), de dignité humaine (karamah), d'amour et de compassion (mawaddah wa rahmah) qui doivent régir les relations entre les êtres et dans la famille, et qui prohibent la discrimination, constituent des principes reconnus comme des valeurs universelles et inscrites en tant que droits dans les instruments internationaux. Par ailleurs, le choix d'une approche d'égalité positive et active a été d'abord éclairé par la moudawana de 2004 qui cite à ce propos le hadith du Prophète Mohammed (saw) : « Les femmes sont égales aux hommes au regard de la loi ». Il est, en outre, rapporté qu'il a dit : « est digne, l'homme qui les honore et ignoble celui qui les humilie » (Moudawana, 2004). Ensuite, l'engagement du Maroc a été confirmé et appuyé par la constitutionnalisation du principe d'égalité et d'équité entre femmes et hommes : dans le préambule de la constitution de 2011 « Le Royaume du Maroc s'engage à combattre et bannir toute discrimination à l'égard de quiconque en raison du sexe ». L'article 19 stipule que « L'homme et la femme jouissent à égalité, des droits et libertés à caractère civil, politique, économique, social, culturel et environnemental » et que « l'Etat œuvre à la réalisation de la parité entre les hommes et les femmes » (Secrétariat Général du Gouvernement, 2011).

En ligne avec les principes de l'égalité et de la parité tels qu'ils ont été prescrits dans la constitution, des réformes importantes d'ordre législatif, réglementaire et institutionnel ont été adoptées. A ce titre l'enrichissement continu du cadre juridique national a été couronné par l'intégration des considérations liées au genre dans les programmes et politiques publics. C'est ainsi que le 2^{ème} Plan Gouvernemental pour

l'Égalité « ICRAM 2 »⁴⁰ (2017-2021) a été conçu afin de traduire en actions concrètes les engagements exprimés dans le Programme Gouvernemental que pour se conformer aux engagements internationaux du Royaume, notamment ceux convenus dans le cadre de l'Agenda 2030 de l'ONU et de l'Agenda 2063 de l'Union Africaine. Ce plan d'envergure s'articule autour de quatre axes, à savoir : le renforcement de l'employabilité et l'autonomisation économique des femmes ; la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en matière de responsabilités familiales ; la participation des femmes à la prise de décision ainsi que la protection et la réalisation des droits des femmes. A cela s'ajoutent trois axes transversaux, en l'occurrence : la diffusion de la culture de l'égalité et la lutte contre les discriminations et les stéréotypes basés sur le genre, de l'intégration du genre au niveau de l'ensemble des politiques sectorielles et programmes du gouvernement et leur suivi au même titre que l'implémentation de du genre au niveau des collectivités territoriales dans les milieux urbains, périurbains et ruraux (MEF, 2019a).

La dernière décennie à été marquée par des avancées législatives et institutionnelles notables en matière d'institutionnalisation de l'égalité de genre, comme en attestent les textes de lois adoptés en faveur de la protection des droits des femmes et de la lutte contre toute forme de violence.

Dans la continuité des efforts de mise en œuvre de la nouvelle Constitution et de ses engagements internationaux, d'importants efforts ont été consentis pour renforcer l'ancrage des institutions à la culture d'égalité et d'équité hommes-femmes et l'accélération du processus d'intégration de l'égalité de genre dans les politiques publiques. Le tableau ci-dessous synthétise les différentes réformes adoptées par le royaume à ce titre.

Tableau 17 : Réformes pour l'égalité de genre au Maroc

Textes juridiques	Circulaires	Programmes, plans et initiatives
<ul style="list-style-type: none"> • Loi n°79.14 relative à l'Autorité pour la parité et la lutte contre toutes formes de discrimination à l'égard des femmes (APALD) • Loi n°103.13 relative à la lutte 	<ul style="list-style-type: none"> • Circulaire de la Présidence du Ministère Public sur la loi 103.13 relative à la lutte contre les violences faites aux femmes • Circulaire de la Présidence du Ministère Public sur la 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan gouvernemental pour l'égalité « ICRAM 1 » 2012-2016 • Plan d'action national en matière de démocratie et des droits de l'Homme

⁴⁰ICRAM = Initiative Concertée pour le Renforcement des Acquis des Marocaines, le 1^{ère} version ICRAM a concerné la période (2012-2016) et a servi de référence pour l'élaboration du PGE II (2017-2021).

<p>contre les violences faites aux femmes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Décret n°2.18.856 portant application de la loi n°103.13 relative à la lutte contre les violences faites aux femmes • Loi n°27.14 relative à la lutte contre la traite des êtres humains •Loi n°19.12 fixant les conditions de travail et d'emploi des travailleuses et travailleurs domestiques •Loi n°65.15 relative aux établissements de protection sociale •La réforme de la loi n°16.03 ouvrant la profession d'Adoul aux femmes •Loi organique n°130.13 relative à la loi de finances •Loi n°114.13 relative au statut de l'Auto-Entrepreneur •Loi n°78.14 relative au Conseil consultatif de la famille et de l'enfance •Loi n°83.13 complétant la loi n°77.03 relative à la communication audiovisuelle •Code pénal •Loi organique n°27.11 relative à l'élection des membres de la Chambre des représentants •Loi organique n°59.11 relative à l'élection des membres des conseils des collectivités territoriales •Loi-cadre n°99.12 portant Charte Nationale de l'Environnement et du Développement Durable •Décret fixant les conditions et les critères d'éligibilité à l'aide directe aux veuves en situation de précarité, ayant à charge leurs enfants orphelins •Code de nationalité marocaine tel que modifié (Bulletin officiel n°5513 du 2 Avril 2007) 	<p>protection de la vie privée des individus en vertu de la loi n°103.13 relative à la lutte contre les violences faites aux femmes</p> <ul style="list-style-type: none"> •Circulaire sur la protection des victimes de la traite des êtres humains •Circulaire de la Présidence du Ministère Public sur la loi fixant les conditions de travail et d'emploi des travailleuses et travailleurs domestiques, et sur les mesures de son application •Circulaire de la Présidence du Ministère Public sur le mariage des mineurs 	<ul style="list-style-type: none"> •Le programme d'appui à la gouvernance locale sensible au genre avec la DGCL (Ministère de l'Intérieur) •L'Initiative conjointe sur l'intégration des Objectifs de développement durable (ODD) dans les stratégies et programmes du Ministère de la famille, de la solidarité, de l'égalité et du développement social (MFSEDS) •Création et structuration de la section marocaine du Réseau des Femmes Elues d'Afrique (REFELA) officiellement lancé en décembre 2017 •Plan National de Promotion de l'Emploi •Plan National de la Réforme de l'Administration 2018-2021 •Stratégie d'institutionnalisation de l'égalité entre les sexes dans la fonction publique •Plan national de Santé à l'horizon 2025 •Plan gouvernemental pour l'égalité « ICRAM 2» 2017-2021 •Intégration effective de la dimension genre dans la programmation budgétaire
--	---	---

Source : Auteur depuis différents rapports⁴¹

Par ailleurs, le Ministère de l'Economie et des Finances a poursuivi ses efforts visant à assurer l'intégration effective de l'approche genre dans la programmation

⁴¹ Rapport national Beijing + 25 (MSFFDS, 2019) ; Rapport sur le budget axé sur les résultats tenant compte de l'aspect genre (MEF, 2019a) ; Bureau Multi-Pays pour le Maghreb: Rapport 2017-2018 (ONU FEMMES MAGHREB, 2018)

budgétaire. Cette initiative a commencé par l'introduction de la gestion axée sur les résultats tenant compte de la dimension genre depuis 2002 (le Maroc est actuellement à la 14^{ème} édition du Rapport sur le Budget axé sur les résultats tenant compte de l'aspect genre), chose qui lui a permis de devenir un pays pionnier de la Budgétisation Sensible au Genre (BSG) à l'échelle internationale.

Au niveau du MEF, la démarche GAR⁴² a été définie comme suit :

« Stratégie de management orientée vers la performance qui donne le primat aux résultats attendus. Elle implique de définir les résultats et impacts souhaités d'une politique donnée et ensuite, d'identifier les intrants et les actions requis pour atteindre cet objectif. Les politiques, de la programmation à l'exécution en passant par l'évaluation, sont donc alignées sur les résultats attendus » (ADS, 2014, p. 12).

En effet, le budget public est la traduction en chiffres des priorités politiques. Par conséquent, une société plus égalitaire passe par des choix budgétaires tenant compte des priorités différentes des femmes/des filles et des hommes/des garçons.

Lancée en 2003, la BSG intègre la dimension genre dans toutes les étapes du processus budgétaire afin d'analyser l'impact de toutes formes de dépenses et recettes sur les hommes et les femmes. Son but ultime est d'élaborer des budgets qui favorisent activement l'égalité femmes/hommes. En outre, depuis 2015, la réforme de la loi organique des finances rend obligatoire pour chaque ministère, la présentation d'un budget axé sur les résultats qui prend en compte la dimension genre, lors de la présentation du projet de loi de finances au Parlement. Ainsi, le nombre total des Ministères accompagnés en matière d'appropriation de la BSG s'élève désormais à 28 départements ministériels en 2019 (MEF, 2019b).

En dépit des réformes institutionnelles, juridiques et réglementaires menée par le Maroc pour promouvoir l'égalité hommes/femmes, l'accès des femmes aux opportunités économiques (qui nous concerne particulièrement) demeure néanmoins un grand défi à relever.

II. La participation économique des femmes: Etat des lieux des inégalités au Maroc

⁴² Gestion Axée sur les Résultats

L'écart du genre est une réalité mondiale dont les origines diffèrent selon les contextes. Il est donc important de comprendre les différentes facettes de ces inégalités au Maroc. En effet, comme nous l'avons déjà signalé ci-haut, le taux d'activité des femmes au Maroc est parmi les plus faibles au niveau mondial et est resté inchangé depuis 1999 (Berahab and Bouba, 2017). La faiblesse de la participation économique des femmes demeure l'une des principales inégalités à laquelle notre pays fait face. Elle concerne leur vulnérabilité au sous emploi et à la précarité de leur statut professionnel. La persistance de ces inégalités trouve son origine dans les rôles traditionnellement assignés aux hommes et aux femmes en société (Ibid.). Aujourd'hui les femmes marocaines représentent la moitié de la population marocaine mais moins du quart de sa population active.

En effet, l'autonomisation économique des femmes à travers notamment leur accès au marché du travail est devenue une question centrale et la valeur de leur contribution au développement n'est plus à prouver.

1. Femme marocaine et accès à l'emploi

La faible participation des femmes au marché du travail est un phénomène mondial. En effet, selon le Bureau International du Travail (BIT), le taux de la participation féminine à la population active⁴³ mondiale a baissé en passant de 51,7% en 2006 à 50,3% en 2014. Dans notre contexte, le taux d'activité féminine était de 25,3% en 2014 et est passé à 20,7% en fin 2018. Le taux d'activité présente un écart de genre remarquable puisque le taux d'activité masculine constitue plus que le triple de ce dernier et cette situation peine à évoluer (Tableau 18). Quant au taux de chômage des femmes, il est de 14,7% en 2017, taux supérieur à celui des hommes atteignant 8,8% à l'échelle nationale. En outre, 74% des femmes au chômage sont à la recherche d'un emploi depuis plus d'un an (MEF, 2019a).

Tableau 18 : Taux d'activité et taux de chômage selon le sexe et le milieu de résidence au Maroc

⁴³ La population âgée de 15 ans et plus composée de la population active occupée et de la population en chômage.

Par années	Taux d'activité (%)				Taux de chômage (%)			
	2014(1)	2015 (2)	2016 (2)	2017 (2)	2014(1)	2015 (2)	2016 (2)	2017 (2)
Urbain								
Féminin	17.8	17.4	16.6	18,4	21.9	21.7	22.1	25
Masculin	68.2	67.3	66.3	67,6	12.8	12.6	11.7	11,8
Rural								
Féminin	36.9	36.6	34.9	29,6	1.8	2.1	2.4	3,1
Masculin	78.7	78.2	77.9	78,4	5.4	5.1	5.0	4,3
Ensemble : urbain+rural								
Féminin	25.2	24.8	23.6	22,4	10.4	10.5	10.9	14,7
Masculin	72.4	71.5	70.8	71,6	9.7	9.4	8.9	8,8
Féminin+Masculin	57.2	47.4	46.4	46,7	9.9	9.7	9.4	10,2

(1) Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2014
(2) Projections au milieu de l'année – Annuaire statistique

Source : Haut Commissariat au Plan, 2018

La population féminine en âge de travailler (15 à 59 ans) représente 62,9% de la population féminine (face à 37,1% pour les hommes) et trouve du mal à accéder à un emploi décent. En effet, le taux d'emploi⁴⁴ est de 18,8%, celui des hommes atteignant 65% durant le premier trimestre de l'année 2019. Les femmes travaillent globalement dans les secteurs à faible productivité, pour occuper des emplois peu qualifiés et faiblement rémunérés. Ces secteurs sont celui de l'agriculture forêt et pêche et celui de l'industrie (Tableau 19) et ils sont généralement caractérisés par l'insécurité et la précarité.

Tableau 19: Taux de féminisation de l'emploi (en %) selon les secteurs d'activité économique

Secteur d'activité	2005	2015
Agriculture. forêt et pêche	37.9	41.4
Industrie y compris l'artisanat	33.8	26.3
Bâtiments et travaux publics	0.8	1.0
Services	17.3	19.0
Total	27.5	26.8

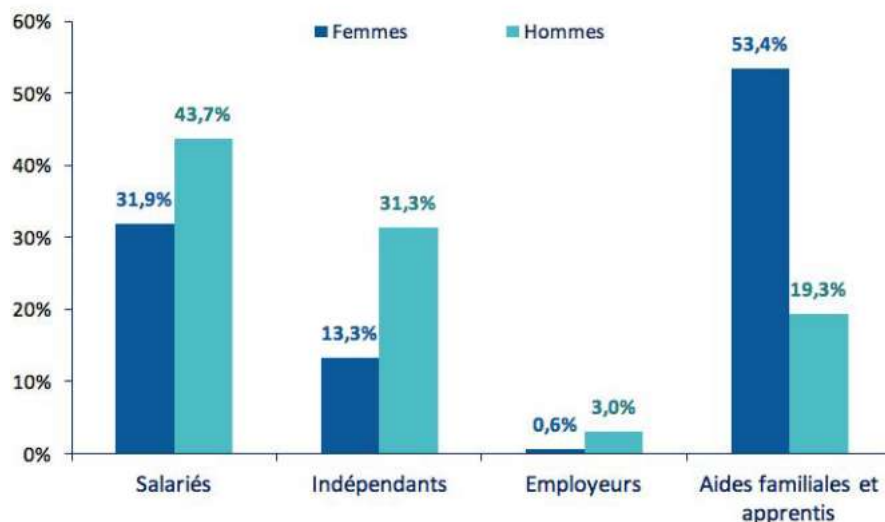
Source : Haut Commissariat au Plan, 2017

Concernant le statut professionnel, les femmes sont confrontées à d'autres formes de discrimination puisque 53,4% occupent un statut d'aide familial et apprenti (19,3% chez les hommes) et 45,2% ont le statut de salarié et d'indépendant (contre 75% des

⁴⁴Le taux d'emploi est la proportion de personnes disposant d'un emploi parmi celles en âge de travailler (15 à 64 ans).

hommes) entre 1999 et 2013. En outre, 28,6% des femmes permanentes travaillent à temps partiel contre uniquement 1,7% pour leurs homologues masculins.

Figure 18 : Proportion des femmes et des hommes dans la population active occupée selon le statut professionnel sur la période 1999-2013



Source :Egalité de genre, politiques publiques et croissance économique au Maroc
(Berahab and Bouba, 2017, p.38)

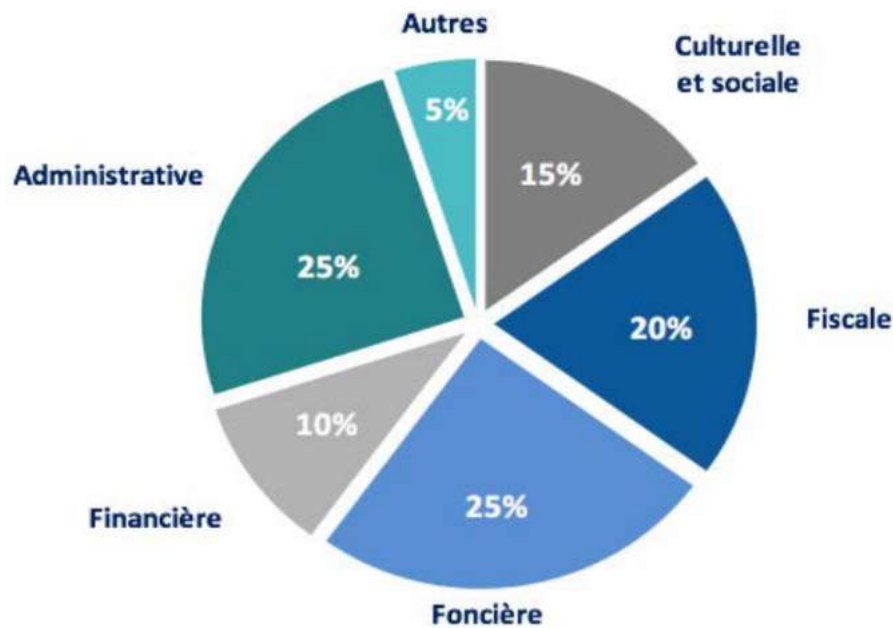
Pour ce qui est du taux de féminisation du Ministère de Travail et de l'Insertion Professionnelle (MTIP), il est situé à près de 40% (45,63 % au niveau des services centraux et 36,82% au niveau des services déconcentrés). Par ailleurs, les femmes fonctionnaires de ce département représentent 42,86% des administrateurs, 40% des ingénieurs et 38,77% des inspecteurs en 2018 (MEF, 2019a).

Par poste de responsabilité, les femmes occupent principalement des postes de chefs de service (29,41%). Aussi occupent-elles 3 des 6 postes de Directeur d'Administration Centrale soit 50% de ces postes et 9,79% de postes de Directeur Provincial (Ibid).

Concernant l'accès des femmes à l'auto emploi et en particulier à l'entrepreneuriat, les principaux écarts ont été présentés dans la 2^{ème} section de ce chapitre. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin relevé par la banque mondiale sont d'ordre social et culturel, administratif, financier, foncier et fiscale (Figure 19). Toutefois, les femmes marocaines adhèrent davantage aux structures de l'économie sociale et solidaire (ESS) qui permettent leur implication dans la vie active à travers la création des activités génératrices de revenu (AGR). En effet, les coopératives féminines,

basées sur les principes de solidarité, d'enrichissement et de durabilité, contribuent à l'empowerment des femmes marocaines chose que nous avons déjà démontrées dans notre mémoire de Master⁴⁵. On compte en 2014 plus de 2.021 coopératives féminines avec un nombre d'adhérentes de l'ordre de 34.877, soit 14,6% de l'ensemble des coopératives sur le territoire marocain. Cependant, la majorité de ces coopératives féminines sont plus petites et moins performantes que les coopératives masculines.

Figure 19 : Les contraintes à l'entrepreneuriat féminin au Maroc



Source : Opening Doors: Gender Equality and Development in Middle East and North Africa (Banque Mondiale, 2013)

Au regard du contexte national marqué par une faible participation des femmes à la population active, le MTIP déploie des efforts considérables pour prendre en compte la dimension genre dans ses pratiques de programmation et de planification.

2. Les programmes et actions mis en place pour un accès équitable à l'emploi

Force est de constater que notre pays est conscient que son développement économique et social passe impérativement par une forte participation de la femme au marché de l'emploi. Ceci dit, une implication des acteurs de la société civile, des départements ministériels et du secteur privé semble indispensable. En effet, à l'occasion du 65^{ème} anniversaire de la Révolution du Roi et du Peuple, Sa majesté a

⁴⁵ Coopérative et Empowerment : cas des coopératives féminines Marocaines (2015)

insisté dans son discours sur la nécessité de prendre des mesures concrètes pour une refonte globale des mécanismes et programmes d'appui public à l'emploi.

2.1 Les efforts déployés pour la promotion de l'emploi et de l'égalité de genre

Le MTIP a élaboré la Stratégie Nationale de l'emploi à l'horizon 2025 (PNE 2025) qui vise la facilitation de l'inclusion et la cohésion sociale, la croissance économique et la compétitivité. Cette stratégie a également pour but de permettre une meilleure adéquation entre formation et emploi ainsi que l'encouragement des initiatives de l'auto-emploi et de la création d'entreprises.

Dans ce sens, le Ministère soutient les actions de l'ANAPEC et déploie des efforts considérables pour apporter l'appui nécessaire aux programmes actifs d'emploi dont bénéficient les hommes et les femmes à des degrés différents.

En effet, le programme « Idmaj (Intégration) » pour la promotion de l'emploi et la lutte contre le chômage structurel lancé en 2006 vise l'accroissement de l'employabilité des demandeurs d'emploi diplômés à travers l'acquisition de compétences professionnelles nouvelles et le développement des ressources humaines de l'entreprise (ANAPEC, 2006). Le programme a permis l'insertion de 58% de femmes sur l'ensemble des bénéficiaires durant les neuf premiers mois de l'année 2018 (MSFFDS, 2019).

En plus du programme Idmaj, le MTIP soutient le programme « Taehil (Qualification) » ouvert aux diplômés titulaires au minimum du baccalauréat et aux lauréats de la formation professionnelle leur permettant d'acquérir des compétences professionnelles pour occuper des postes d'emploi dûment identifiés ou potentiels dans des entreprises du secteur privé ou dans des ONG et coopératives (ANAPEC, 2008). Il est organisé en 3 types de formation :

- Une Formation Contractualisée pour l'Emploi (FCE) ou Formation à la Carte ;
- Une Formation Qualifiante ou de Reconversion (FQR) ;
- Une Formation d'appui aux Secteurs Emergents (FSE).

En fin décembre 2017, près de 18612 chercheurs d'emploi ont bénéficié du programme « Taehil » dont 60% de femmes bénéficiaires de sa composante (FCE) (MEF, 2019a).

D'autres programmes ont été lancés dans le but de garantir l'accès à des emplois décents en tenant en considération du principe d'égalité des sexes. Il s'agit notamment du programme « Tahfiz (Motivation) » qui encourage l'emploi dans les entreprises, les associations et les coopératives nouvellement créées. Durant le premier trimestre de 2018, près de 1035 protocoles ont été validés pour 36% de salariées femmes et au profit de plus de 500 entreprises.

Un autre programme national destiné à la promotion de l'auto emploi a été lancé, il s'agit du Programme National d'Appui à la Création d'Entreprises « Moukawalati » qui vise la promotion de la création des petites entreprises et leur pérennisation à travers un dispositif de suivi des entreprises créées au cours de la période critique de démarrage.

Le programme a permis l'accompagnement de 2425 porteurs de projets en fin 2017 dont 27% sont des femmes (ce taux a atteint 33% dans le premier trimestre de 2018) et a permis le démarrage de 1296 structures engendrant la création 2709 postes d'emploi.

En outre, le projet « Jeunes au Travail » lancé en 2012 dans le cadre d'un partenariat avec le BIT a permis jusqu'en fin 2018 de faire bénéficier 131575 personnes de la formation « Comprendre l'Entreprise », dont 42% de femmes. Il a également contribué à la réalisation d'une étude sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc dont 26 recommandations ont été intégrées PGE II.

2.2 Les programmes destinés à la promotion de l'emploi des femmes

Le gouvernement marocain a mis en place un ensemble d'initiatives destinées à promouvoir l'emploi des femmes et leur accès aux réseaux professionnels et entrepreneuriaux. En effet, à travers le programme « Travail » et plus particulièrement le projet « Protection des catégories vulnérables en milieu de travail », le MTIP appuie les associations opérant dans le domaine de l'amélioration des conditions de travail de la femme. Il a signé des conventions de partenariat avec trois associations pour les soutenir dans la réalisation de leurs projets de promotion et de sensibilisation sur les droits fondamentaux et les conditions des femmes au travail.

Par ailleurs, le ministère a également lancé en coopération avec des organismes internationaux différents projets en faveur de la promotion de la femme. Dans le cadre de la coopération maroco-belge et après la réussite du programme « MIN AJLIKI »

dans sa première version, le ministère a lancé en 2017, une deuxième phase de ce projet « MIN AJLIKI 2.0 » pour la période 2017-2021. Le programme ambitionne de participer à l'autonomisation de la femme marocaine à travers l'amélioration de l'entrepreneuriat féminin et l'employabilité des femmes. Lors de son lancement en 2017, le programme a permis :

- La sensibilisation de plus de 1650 femmes à l'entrepreneuriat ;
- Faire bénéficier 1670 d'un accompagnement pré-crédation et 557 d'un accompagnement post-crédation ;
- L'incubation de 59 entreprises féminines ;
- La création de plus de 298 entreprises sous le statut d'auto entrepreneur et 50 AGR non structurées ont intégré le secteur formel ;
- La création de plus de 591 emplois.

En outre, le MFSEDS a lancé dans le cadre de sa coopération avec l'ADS, le programme de soutien à l'entreprise féminine par les incubateurs en partenariat avec des femmes chefs d'entreprises au Maroc. Le programme, dont l'objectif est de promouvoir l'entrepreneuriat féminin en milieu urbain et rural, a permis la création de 120 entreprises féminines en milieu urbain à travers la formation, l'accompagnement et le sponsoring et 90 entreprises en milieu rural.

Dans le même sillage, l'opérationnalisation du Fonds de garantie "Ilayki" de la Caisse Centrale de Garantie (CCG) a permis, depuis son entrée en vigueur en mars 2013 jusqu'à septembre 2015, de mobiliser des crédits d'un montant total de près de 81,5 millions de dirhams ayant permis le financement de 236 créations d'entreprises promues exclusivement par une ou plusieurs femmes et ayant contribué à la création de près de 762 postes d'emplois directs (MEF, 2019a). Ce Fonds a traité près de 347 dossiers pour un volume de crédits garantis de 90,88 millions de dirhams, bénéficiant à hauteur de 29% et de 8% respectivement aux secteurs du commerce et de l'industrie.

Concernant l'accès des femmes aux postes de pouvoirs, ONU Femmes a initié pour la période 2015-2018, le projet « Promouvoir l'accès des femmes aux instances de gouvernance au Maghreb et au Machrek ». Ce projet soutenu par le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères français a pour objectif de renforcer la

représentation des femmes dans les postes à responsabilité du secteur public en Egypte, Jordanie, Maroc et Tunisie (ONU FEMMES MAGHREB, 2018).

Au niveau sectoriel, plusieurs mesures pour l'autonomisation économique des femmes ont été déployées dans le secteur de l'agriculture, notamment, moyennant la mise à niveau des groupements de produits de terroir, au profit de 109 coopératives 100% féminines pour un effectif total de 5.807 femmes. Pour ce qui est du secteur de l'artisanat, sur la période 2012-2017, près de 65 espaces de production « Dar Sanaa » dédiés aux femmes artisanes, principalement dans le milieu rural, ont été créés au profit de 3.180 femmes bénéficiaires exerçant les métiers du tapis rural, de la broderie et la couture.

En dépit des efforts consentis en matière de promotion de l'accès des femmes à l'emploi, au crédit et à l'entrepreneuriat, la participation des femmes au marché du travail demeure encore faible au Maroc et c'est à partir de là que notre travail de recherche s'est inspiré et se nourrit davantage.

Conclusion du chapitre 3

Le Maroc dispose d'un potentiel de développement fort mais contraint. En effet, en ayant recours à des études et enquêtes officielles menées par des organismes de renommée nationale et internationale (GEM, ONU Femmes, OIT, HCP, CESE, etc.) nous avons pu, à travers ce chapitre, explorer notre problématique dans le contexte marocain ce qui a permis de faire ressortir les progrès réalisés en matière de réduction des inégalités hommes-femmes et de promotion de l'entrepreneuriat. Néanmoins, ces analyses ont relevé, également, la persistance d'énormes écarts.

Au moment où le pays prête une attention particulière aux questions de la parité et de l'égalité entre les femmes et les hommes à travers notamment l'autonomisation économique des femmes et leur accès équitable à des opportunités d'emploi suffisantes et de qualité, il est constaté que celles-ci y ont une participation encore limitée et que cela constitue toujours un grand défi à relever au regard de la persistance de plusieurs contraintes. Conscients de l'importance du rôle de l'entrepreneuriat dans l'autonomisation économique des femmes (Organisation internationale de travail, 2016), les actions mises en place par les pouvoirs publics en partenariat avec le secteur privé et la société civile portent généralement sur le développement des activités génératrices de revenus et l'accès des femmes à l'entrepreneuriat. Toutefois, en dépit des efforts consentis le nombre de femmes entrepreneures stagne autour de 10 à 12% du nombre total des entrepreneurs. Elles sont essentiellement concentrées sur Rabat et Casablanca et leur chiffre d'affaires est généralement faible et la croissance de leurs entreprises très limitée (Bureau international de travail, 2016).

Par ailleurs, si les lois et les règlements du pays démontrent une grande et bonne volonté à réaliser des avancées importantes au profit de l'égalité entre les femmes et les hommes dans plusieurs domaines, les normes sociales traditionnelles pèsent encore lourdement sur l'effectivité de cette volonté. Les perceptions socialement construites et les craintes intériorisées qui enferment les femmes dans les rôles de mères et responsables des tâches domestiques constitueraient des facteurs majeurs entravant l'accès des femmes au marché de travail et à l'entrepreneuriat.

Figure 20: Les raisons de non accès des femmes marocaines âgées de 15 ans et plus au marché de travail



Source : Principaux résultats relatifs aux nouvelles thématiques couvertes par l'enquête nationale sur l'emploi (HCP, 2017)

En effet, la peur de ne pas pouvoir concilier vie privée et vie professionnelle, les stéréotypes véhiculés par l'environnement socioculturel et éducatif depuis le jeune âge sur le fait que l'entrepreneuriat relève du rôle de l'homme empêchent une grande partie de la population féminine de développer les compétences et les expériences nécessaires pour entreprendre et génèrent autant de réticences quant à la décision de passer à l'acte entrepreneurial. D'ailleurs, il est généralement admis dans la littérature que les croyances des individus, leurs attitudes et leurs décisions sont aussi influencées par la culture et le contexte social (Arenius and Minniti, 2005).

Si le Maroc souhaite faire de l'égalité de genre la clé de voûte du nouveau modèle de développement, comme il a été clairement exprimé dans les politiques publiques sans cesse réaffirmée par Sa Majesté le Roi, il faudra peut-être penser à investir davantage dans le changement des mentalités et la prise de conscience des stéréotypes de genre notamment dans la sphère entrepreneuriale.

PARTIE II : ÉTUDE EMPIRIQUE : PERSPECTIVE
GENREE DES PROCESSUS ENTREPRENEURIAUX

**Chapitre 4 : Positionnement épistémologique et
méthodologie de la recherche**

Introduction du chapitre 4

L'objectif ultime d'un travail de recherche est de produire de la connaissance. Il reste à prouver que la connaissance produite est valable en s'interrogeant à la fois sur sa valeur (norme de jugement) et sa validité (procédures permettant de garantir la valeur) (Allard-Poesi and Perret, 2014). Pour atteindre cet objectif et légitimer sa recherche, le chercheur est censé mettre en pratique des outils de la réflexion épistémologique et faire des choix méthodologiques qui lui sont appropriés.

Piaget (1967, p.6) définit L'épistémologie comme « *l'étude de la constitution des connaissances valables* ». Elle renvoie à une activité réflexive qui porte sur la manière dont les connaissances sont produites et justifiées (Allard-Poesi and Perret, 2014). La méthodologie concerne l'ensemble de règles et de démarches adoptées pour conduire une recherche. C'est donc « la boîte à outils » indispensable pour mener à bien son projet de recherche et produire des connaissances valables.

Avant que la méthodologie soit discutée et justifiée, les fondements philosophiques et épistémologiques de la recherche doivent être pris en considération. Le philosophe allemand Dilthey fut le premier à opposer l'explication et la compréhension dans la philosophie des sciences (Allard-Poesi and Perret, 2014). Il préconise que les phénomènes naturels doivent être expliqués et que les comportements sociaux et humains doivent être compris. Étant donné que notre objet de recherche est de comprendre le comportement des entrepreneurs hommes et femmes en analysant le processus par lequel ils créent leurs organisations ou démarrent leurs activités entrepreneuriales, le présent chapitre est dédié sur les différentes étapes de notre processus de recherche qui s'inscrivent dans une approche compréhensive. La première section va d'abord mettre en exergue la posture épistémologique, la voie de recherche empruntée ainsi que le mode de raisonnement. La démarche méthodologique sera présentée et justifiée dans la deuxième section de ce chapitre.

Section 1 : Fondement épistémologique de la recherche

Les considérations concernant les fondements épistémologiques de la recherche ou les dimensions dites paradigmatiques de la science génèrent davantage de débats entre les communautés de chercheurs. Ce n'est cependant que par un tel débat qu'un domaine puisse avancer comme c'était d'ailleurs le cas pour le champ de l'entrepreneuriat. Nous rappelons que Kuhn (1962) définit un paradigme scientifique comme « *l'ensemble de convictions partagées par le groupe scientifique considéré à un moment donné de l'histoire ; convictions que le groupe défend contre toute menace et toute atteinte par le rejet de tout élément théorique hétérogène* » (Kuhn, dans Jaziri, 2009).

Il est souvent reconnu que l'entrepreneuriat est dans une large mesure une forme d'art. Pourtant, une grande partie des recherches s'inscrivent dans une posture positiviste, où la vivacité de l'esprit d'entreprise a tendance à être suspendue au profit de la «rigueur scientifique». Il existe cependant un intérêt croissant parmi les chercheurs en entrepreneuriat pour étendre la boîte à outils méthodologiques et s'investir dans de nouvelles perspectives de recherche.

I. L'interprétativisme pour comprendre les phénomènes en profondeur

Notre choix pour une posture interprétative vient combler un gap identifié lors de notre revue de la littérature sur le genre et l'entrepreneuriat. Avant la présentation et la justification de l'approche retenue pour notre travail de recherche, nous passons brièvement en revue les positions épistémologiques des paradigmes : positiviste, interprétativiste et constructiviste.

1. Aperçu sur les différentes approches épistémologiques

L'importance de l'épistémologie dans le processus de recherche réside dans le fait que l'approche épistémologique retenue par le chercheur conditionne pour une part la méthodologie adoptée mais qu'à cela peut s'ajouter un certain déterminisme lié à la visibilité de l'objet de recherche (Maurand-valet, 2010).

La réflexion épistémologique peut se déployer sur quatre dimensions (Allard-Poesi and Perret, 2014) :

- une dimension ontologique, qui questionne la nature de la réalité à connaître ;
- une dimension épistémique, qui interroge la nature de la connaissance produite ;
- une dimension méthodologique, qui porte sur la manière dont la connaissance est produite et justifiée ;
- une dimension axiologique enfin, qui interroge les valeurs portées par la connaissance.

Ces quatre dimensions nous rappellent la synthèse sur les fondements épistémologiques de la recherche proposée par Girod-Séville et Perret (1999) qui fournissent les caractéristiques des différentes approches épistémologiques en répondant à quatre questions essentielles (Tableau 20). Des questions que tout chercheur soucieux de la qualité de sa recherche doit impérativement se poser, et voir la concordance des réponses avec la discipline à laquelle il appartient, car elles permettent l'identification des présupposés du chercheur, en vue « *de contrôler sa démarche de recherche, d'accroître la validité de la connaissance qui en est issue et de lui conférer un caractère cumulable* » (Girod-Séville et Perret, 1999, p. 3).

Tableau 20 : Positions épistémologiques des paradigmes positiviste, interprétativiste et constructiviste

	Le positivisme	L'interprétativisme	Le constructivisme
Quel est le statut de la connaissance ?	Hypothèse réaliste Il existe une essence propre à l'objet de connaissance	Hypothèse relativiste L'essence de l'objet ne peut être atteinte	Hypothèse relativiste L'essence de l'objet ne peut être atteinte (constructivisme modéré) ou n'existe pas (constructivisme radical)
La nature de la « réalité »	Indépendance du sujet et de l'objet Hypothèse déterministe Le monde est fait de nécessités	Dépendance du sujet et de l'objet Hypothèse intentionnaliste Le monde est fait de possibilités	Dépendance du sujet et de l'objet Hypothèse intentionnaliste Le monde est fait de possibilités
Comment la connaissance est-elle engendrée ? Le chemin de la connaissance scientifique	La découverte Recherche formulée en termes de « pour quelles causes... » Statut privilégié de l'explication	L'interprétation Recherche formulée en termes de « pour quelles motivations des acteurs... » Statut privilégié de la compréhension	La construction Recherche formulée en termes de « pour quelles finalités... » Statut privilégié de la construction
Quelle est la valeur de la connaissance ? Les critères de validité	Vérifiabilité Confirmabilité Réfutabilité	Idiographie Empathie (révélatrice de l'expérience vécue par les acteurs)	Adéquation Enseignabilité

Source : Girod-Séville et Perret (1999, p. 3)

Cette analyse montre que le positivisme d'un côté et interprétativisme et constructivisme de l'autre diffèrent sur plusieurs points. En effet, Girod-Seville et Perret (2010) considèrent que le constructivisme et l'interprétativisme sont des paradigmes « anti-positiviste » et qu'ils constituent un cadre de référence pour les chercheurs en sciences des organisations. A l'encontre du chemin d'accès à la connaissance traditionnellement emprunté par les positivistes, ces paradigmes offrent une nouvelle voie en adoptant une conception relativiste de la connaissance qui permet de prendre en considération les spécificités des organisations (Ibid.). Toutefois la validité des connaissances produites dans cette conception relativiste reste très discutable. En effet, si les critères de validité sont bien définis dans les épistémologies positivistes grâce aux critères de vérifiabilité ou de réfutation, ils restent en revanche dans les épistémologies constructivistes et interprétativistes relativement vagues, peu discutés ou énoncés en termes très généraux ce qui met en doute la scientificité et la rigueur des connaissances produites.

En nous basons sur le travail d'Avenier et Gavard-Perret (2012), nous présentons dans ce qui suit une synthèse des principaux paradigmes épistémologiques de la recherche.

1.1 Le chemin et la nature de la connaissance produite

La nature de la connaissance produite par un chercheur dépend de :

- La nature de la réalité qu'il appréhende
- La nature du lieu sujet/objet qu'il retient
- La nature du monde social qu'il envisage

Le chercheur *positiviste* va découvrir les lois qui s'imposent aux acteurs et tente d'expliquer la réalité. Dans ce paradigme on cherche à découvrir la réalité extérieure et les mécanismes qui la conditionnent. L'idéal positif est d'atteindre la loi universelle qui révèle la réalité objective. Même les positivistes les plus classiques reconnaissent que cet idéal demeure utopique. L'idée est que ces lois existent même si elles n'ont pas toutes été découvertes. L'évolution qu'a connue ce paradigme l'a sorti de la causalité multiple et circulaire.

Le chercheur *interprétativiste* quant à lui, il va essayer de comprendre comment les acteurs construisent le sens qu'ils donnent à la réalité. Ici la création de la

connaissance passe par la compréhension qui a un statut privilégié qui s'étale sur deux niveaux :

- Niveau 1 : c'est le processus par lequel les individus sont amenés à interpréter et à comprendre leur monde au quotidien ;
- Niveau 2 : (sens restrictif) processus par lequel le chercheur interprète les significations subjectives qui fondent le comportement des individus qu'il étudie ;

Finalement le chercheur *Constructiviste* contribue à construire avec les acteurs la réalité sociale.

Le constructiviste partage l'approche de la recherche interprétative en termes de compréhension mais différemment. Ici la compréhension participe à la construction de la réalité.

1.2 Les critères de validité de la connaissance

La validité d'une recherche repose sur trois dimensions:

- La cohérence interne du processus de recherche : Elle dépend de la cohérence du design de recherche qui spécifie le cadre épistémologique, l'objet de recherche, le but principal, la question centrale, le cadre théorique mobilisé, la méthode ainsi que la démarche de collecte et de traitement des données.
- La validité du construit : Elle repose sur la rigueur avec laquelle le construit a été élaboré, via un processus d'abstraction, à partir des données empiriques de la recherche et des références théoriques mobilisées. Ceci renvoi au cadre épistémologique de la recherche.
- La rigueur du processus de recherche : Elle prend appui sur l'explicitation détaillée de l'ensemble des étapes du processus mené.

La réflexion sur les critères de validité dans les épistémologies fait l'objet de multiples débats. Si chez les positivistes ces critères sont clairs et bien définis grâce aux critères de vérifiabilité ou de réfutation, ils ont en revanche pris beaucoup de temps avant d'être définis dans une perspective relativiste.

Tableau 21: Les critères de validité de la connaissance dans les paradigmes épistémologiques

Positivisme	Constructivisme	Interprétativisme
<p>-Vérifiabilité : une proposition est soit analytique, soit synthétique, soit vraie en vertu de la définition de ses propres termes, soit vraie en vertu d'une expérience pratique, mais elle n'a de sens que si elle est susceptible d'être vérifiée d'où la nécessité de la vérification empirique.</p> <p>-Confirmabilité : on ne peut pas dire qu'une proposition est vraie universellement, mais qu'elle est probable (importance du degré de probabilité avec lequel les énoncés sont confirmés).</p> <p>-Réfutabilité : on ne peut jamais affirmer qu'une théorie est vraie mais on peut en revanche affirmer qu'une théorie ne l'est pas.</p>	<p>-Caractère idiographique : la recherche s'intéresse à des événements singuliers. Les phénomènes y sont étudiés en situation, leur compréhension est dérivée du contexte, et la connaissance qui en est produite doit intégrer une description détaillée du phénomène étudié, incluant ses aspects historiques qui se concentrent sur la recherche des lois générales.</p> <p>-Capacité d'empathie : la faculté de se mettre à la place d'autrui et de percevoir ce qu'il ressent. le chercheur doit donc s'appropriier le langage et les terminologies propres aux acteurs pour comprendre les réalités sociales.</p>	<p>- Critère d'adéquation et de convenance : une connaissance est valide dès qu'elle convient à une situation donnée</p> <p>- Critère d'enseignabilité : reproductibilité, intelligibilité et constructibilité.</p>

Source : Réalisé par nos soins depuis (Avenier et Gavard-Perret, 2012)

Une telle réflexion épistémologique est donc indispensable pour justifier le caractère valable des connaissances produites et offrir la possibilité de la critique entre les chercheurs.

2. L'interprétativisme comme posture épistémologique

La recherche interprétative a pour but de comprendre un phénomène en profondeur, d'explorer des situations particulières, plutôt que de chercher la généralisation. Il s'agit dans notre travail de comprendre en profondeur le phénomène entrepreneurial à travers l'exploration du processus par lequel les femmes et les hommes dans des situations particulières (opportunité ou nécessité) créent leurs entreprises ou démarrent leurs activités entrepreneuriales dans un contexte particulier, le Maroc. L'intention est de relever à partir des expériences des entrepreneurs l'ensemble des facteurs qui les motivent ou les bloquent dans leur aventure entrepreneuriale et de voir si ces facteurs diffèrent selon le sexe de l'entrepreneur. Le phénomène entrepreneurial sera donc compris dans son contexte réel du point de vue des participants que nous considérons comme les mieux placés pour donner vie au background théorique et apporter des éléments de réponse à notre problématique.

Anderson et Starnawska (2008) considèrent les méthodologies interprétatives comme de nouvelles perspectives pour étudier l'entrepreneuriat « new lenses for seeing entrepreneurship » (p.1). A travers le paradigme dominant des pratiques de recherche en entrepreneuriat, le positivisme, les chercheurs tentent souvent d'analyser un phénomène qui ne peut être clairement défini ou qui ne dispose pas d'une définition unanime. Il existe néanmoins des données descriptives très riches sur ce que les gens veulent dire quand ils parlent d'« entreprise ». En conséquence, les méthodologies interprétatives s'avèrent nécessaires pour étendre la compréhension du phénomène. Si les approches positivistes sont imaginées comme des pièces d'un puzzle, une approche interprétative peut fournir un aperçu de la façon dont les pièces correspondent, convergent et se réunissent.

De part sa richesse, sa diversité et complexité, le phénomène entrepreneurial devient un concept vague et difficile à saisir. Il a été décrit dans les années 80 comme un « oignon intellectuel » : lorsque vous commencez à le décortiquer, vous vous retrouvez sans rien et repartez en larmes! (Stevenson, 2000). Vu ainsi, ce champ de recherche suscite un intérêt grandissant et interpelle des chercheurs qui aiment le

challenge et qui sont prêts à investir de nouvelles approches pour le cerner surtout dans des contextes particuliers comme le cas du Maroc. Pourtant, contrairement aux restrictions associées à sa définition, la manière dont les entrepreneurs décrivent le phénomène et l'expliquent tel qu'il est vécu fournit des informations très riches et permet de saisir à la fois la diversité des profils des entrepreneurs et les significations sous-jacentes sur la façon dont l'entrepreneuriat est mis en œuvre (Anderson and Starnawska, 2008).

De cette façon, s'investir dans une posture interprétative permet de dépasser les limites étroites de la définition et du positivisme; aide à surmonter les problèmes de diversité dans l'entrepreneuriat en puisant dans ce que les gens entendent par entrepreneuriat et comment leur processus entrepreneurial se déroule-t-il.

Nous plaçons donc pour les avantages d'une approche interprétative dans l'exploration du comportement entrepreneurial dans sa dimension genrée.

2.1 L'interprétativisme : histoire, particularités et critères de justification des connaissances

La forte croissance des approches interprétatives découle principalement d'une insatisfaction à l'égard des méthodes et des procédures de production de connaissances dans la recherche positiviste. Les partisans des approches interprétatives affirment que ces procédures méthodologiques et ces revendications de connaissances objectives constituent une limite théorique pour le développement de la compréhension des phénomènes humains et organisationnels (Sandberg, 2005).

2.1.1 *Aperçu historique de l'approche interprétative*

L'approche interprétative puise ses racines dans l'idéalisme allemand de la théorie sociale, notamment dans l'idée d'Emmanuel Kant (1929) selon laquelle l'esprit contribue à la construction du savoir dans le monde; ainsi, la réalité sociale existe dans l'esprit ou le sens et non pas dans les faits concrets (Putnam and Banghart, 2017). Elle atteindra sa maturité durant les années 1890 à 1930 au cours de la fermentation intellectuelle dans les sciences sociales qui se concentraient sur les aspects subjectifs de la recherche scientifique. Pour saisir cette perspective, Weber (1968) et Dilthey (1976), ont estimé que les sciences culturelles avaient besoin d'une nouvelle approche analytique basée sur la compréhension « verstehen » ou d'un moyen pour comprendre les significations subjectives des actions et des interactions. Ainsi, les actions

extérieures des êtres humains devaient être comprises en fonction de leurs expériences intérieures. Pour Weber (1968), la fonction essentielle des sciences sociales était d'être interprétative ou de comprendre la signification subjective de l'action sociale. Husserl (1931) a poursuivi cet agenda en s'appuyant sur la phénoménologie pour explorer l'intentionnalité et la conscience comme préoccupations centrales pour la compréhension subjective. Pourtant, c'est Schutz (1967) qui a abordé la question critique du partage des significations subjectives. Il a fait progresser le travail d'interprétation en explorant les connaissances culturelles et la façon dont les acteurs développent des croyances et des normes partagées à partir d'expériences personnelles. Cette recherche a conduit à explorer le concept d'intersubjectivité en tant que significations partagées ou stocks de connaissances acquises par le langage parlé. Il est donc important de noter que les origines du travail d'interprétation en sciences sociales se sont concentrées sur les processus subjectifs et intersubjectifs dans lesquels les individus ont attribué un sens aux expériences culturelles.

2.1.2 Particularités des approches interprétatives

Au cours de ces dernières décennies, l'intérêt pour les approches qualitatives basées sur la tradition de la recherche interprétative n'a cessé de croître dans les sciences de gestion et des organisations ainsi qu'au sein des sciences sociales plus généralement. Malgré la grande variété d'approches, ce qui les unifie est leur base phénoménologique, qui stipule que la personne et le monde sont inextricablement liés à travers l'expérience vécue. Ainsi, dans les approches interprétatives, le monde humain n'est jamais un monde en soi; c'est toujours un monde expérimenté, c'est-à-dire un monde toujours lié à un sujet conscient. Les hypothèses ontologiques et épistémologiques qui sous-tendent la tradition de la recherche interprétative rejettent l'existence d'une réalité objective connaissable au-delà de l'esprit humain. Au lieu de cela, ils stipulent que la connaissance est constituée par l'expérience vécue de la réalité (Sandberg, 2005). Le principal objet de recherche dans la tradition de la recherche interprétative est donc l'expérience vécue de la réalité par les individus et les groupes dans un contexte donné. Il est à souligner que les partisans des approches interprétatives considèrent le sujet et l'objet comme constituant une relation inséparable. En effet, Husserl a soutenu qu'en tant que sujets, nous sommes toujours liés à la réalité à travers notre expérience vécue de cette réalité. Heidegger a développé l'argument de Husserl en suggérant que non seulement la réalité est arbitrée

par notre expérience vécue, mais aussi par la culture spécifique, l'histoire et la langue dans laquelle nous sommes situés (Ibid.).

Nous retenons comme définition de l'approche interprétative la perspective particulière de la réalité organisationnelle telle qu'elle a été présentée dans l'ouvrage intrigant de Peter L. Berger et Thomas Luckmann (1966) fondée sur la conviction que la réalité est socialement construite ou à un sens grâce à la compréhension et à l'interprétation des événements par les acteurs (Berger and Luckmann, 1966).

Putnam et Banghart (2017) mettent l'accent sur deux traits distinctifs des approches interprétatives : les significations et les interprétations. Les significations se réfèrent à la façon dont les acteurs donnent un sens à leurs expériences ou parviennent à une compréhension de leur vie organisationnelle quotidienne. Alors que ces approches se concentrent sur les comptes subjectifs des acteurs, les chercheurs se concentrent sur la façon dont ces comptes se réunissent, s'alignent de manière particulière et deviennent collectifs.

Les interprétations se réfèrent au processus de création de significations ou de formation d'inférences sur les phénomènes organisationnels. Ils fonctionnent différemment lorsque les chercheurs les hébergent dans les cognitions des acteurs par opposition aux interactions sociales.

Etant donné que la tradition de la recherche interprétative rejette l'existence d'une réalité objective, la réflexion doit donc se porter sur les critères de validité qu'une épistémologie relativiste se donne ou souhaite se donner. Cette recherche doit être entreprise avec une rigueur scientifique et les critères de qualité qui s'y appliquent doivent être pris en considération (Karatas-Ozkan et al., 2014). Le challenge auquel les chercheurs seront confrontés est de justifier la validité et la fiabilité des connaissances qu'ils génèrent.

2.1.3 Critères de justification des connaissances produites dans les approches interprétatives

Au-delà de la validation à travers la signification statistique, Sandberg (2005) propose des critères pour vérifier les interprétations des chercheurs et justifier la validité des connaissances produites par les approches interprétatives. Il s'agit de la validité communicative, pragmatique et transgressive ainsi que la fiabilité en tant que

conscience interprétative. Ces critères peuvent être utilisés simultanément dans tout projet de recherche (Ward and Shortt, 2020).

La validité communicative fait référence à l'établissement d'une compréhension commune entre les chercheurs, les participants à la recherche et les communautés plus larges de chercheurs et de praticiens. Par exemple, durant entretiens avec les entrepreneurs, la validité communicative consiste à établir une compréhension entre le chercheur et les participants à la recherche sur ce qu'ils font c.-à-d. leur comportement entrepreneurial. Il s'agit chacun de son côté d'essayer de parler le même langage.

L'obtention d'une forte validité communicative peut être justifiée en au moins trois phases du processus de recherche. Dans la phase initiale de génération de matériel empirique, la validité communicative peut être obtenue en établissant une communauté d'interprétation. Deuxièmement, lors de l'analyse de documents empiriques tels que les transcriptions d'entrevues, la validité communicative peut être obtenue en recherchant des interprétations cohérentes. Rechercher la cohérence signifie que les parties d'un texte doivent correspondre à l'ensemble et que l'ensemble doit correspondre aux parties. En utilisant cette stratégie, des interprétations contradictoires peuvent être jugées en fonction de leur cohérence avec le matériel empirique. Plus le nombre de parties du matériel empirique correspondant à une interprétation spécifique est grand, plus il est cohérent. Une troisième façon d'établir la validité communicative consiste à discuter nos résultats avec d'autres chercheurs et professionnels dans le champ. Bien que des chercheurs isolés puissent être les principaux producteurs de revendications de connaissances, c'est finalement un jugement intersubjectif qui détermine si la revendication de connaissances du chercheur d'origine est vraie. Comme l'a soutenu Gadamer, la vérité est dans une large mesure obtenue par le dialogue entre les gens (Sandberg, 2005, p. 56).

La validité pragmatique implique de tester les connaissances produites en action. Une façon d'obtenir une validité pragmatique lors des entretiens consiste à poser des questions de suivi qui ancrent constamment les déclarations dans des situations concrètes. Cependant, le moyen le plus complet de valider de façon pragmatique nos interprétations est de les utiliser dans la pratique ce qui nécessite souvent une étude distincte dans laquelle les résultats sont recontextualisés.

La validité transgressive se réfère au processus par lequel le chercheur montre comment les connaissances produites sont ambiguës, complexes et basées sur ses hypothèses personnelles. Son objectif principal est d'aider le chercheur à prendre conscience de leur cadre pris pour acquis. En pratique, il peut mettre en œuvre des mesures de transparence qui permettront aux lecteurs de tirer leurs propres conclusions alternatives. Le chercheur peut, par exemple, rendre ses données disponibles par le biais de descriptions riches et approfondies, des *verbatim*, s'efforcer à prendre conscience de ses propres biais et être transparent à leur sujet, et s'engager à présenter toutes informations utiles y compris celles qui contredisent sa perception des choses. Tenir un journal de recherche dans lequel on écrit sur les ambiguïtés, les contradictions, les biais et les réactions émotionnelles personnelles peut être très utile pour développer la validité transgressive. Dans le même sens, Lather(1993), a suggéré trois façons principales d'obtenir une validité transgressive. La première consiste à utiliser l'ironie pour interrompre et perturber nos interprétations actuelles de telle manière que nous prenions conscience des codes qui nous ont guidés dans leur production. Une deuxième voie consiste à rechercher les différences et les contradictions plutôt que la cohérence de l'expérience vécue. Une autre façon d'établir la validité transgressive est liée au fait que le cadre scientifique pour produire des connaissances dans la culture occidentale est souvent modelé et saturé dans un imaginaire masculin. En conséquence, la perspective féminine en termes d'expérience vécue spécifique et de manières d'être est largement exclue. Cependant, en reconnaissant systématiquement non seulement l'expérience de vie masculine mais aussi féminine, la validité transgressive peut être atteinte.

Il faut bien dire que les critères proposés par Sandberg (2005) se complètent. Ils permettent d'assurer une cohérence de sens entre les interprétations et le matériel empirique étudié (validité communicative), ils vérifient de manière adéquate les écarts entre ce que les participants à la recherche disent faire et ce qu'ils font réellement (validité pragmatique) et prêtent beaucoup d'attention aux contradictions possibles (validité transgressive).

La principale question de validité a été de savoir comment nous, en tant que chercheurs, pouvons justifier que nos interprétations reflètent en toute sincérité l'expérience vécue étudiée dans les perspectives théoriques et méthodologiques choisies. **La fiabilité** quant à elle concerne la procédure à suivre pour obtenir des

interprétations fiables. Dans les approches interprétatives, les chercheurs doivent démontrer comment ils ont contrôlé et vérifié leurs interprétations tout au long du processus de recherche: de la formulation de la question de recherche, la sélection de l'échantillon étudié, la collecte et l'analyse des données obtenues et la communication des résultats. L'essentiel étant de maintenir une conscience interprétative en reconnaissant et en traitant explicitement notre subjectivité tout au long du processus de recherche au lieu de la négliger.

Dans la littérature qualitative, Miles et Huberman (1994) ont confirmé l'importance de justifier la production des connaissances tout au long du processus de recherche. Ils ont suggéré une stratégie comprenant les tactiques suivantes: vérification de la représentativité, vérification des effets du chercheur, triangulation, pondération des preuves, vérification de la signification des valeurs aberrantes, utilisation de cas extrêmes, suivi des surprises, recherche de preuves négatives, tests if-then, reproduire une constatation et vérifier des explications concurrentes. Toutefois, Sandberg (2005) note que ces tactiques ont été principalement développées dans une perspective positiviste et propose plutôt que d'ajuster ces tactiques à la recherche interprétative de développer une stratégie personnalisée. Il stipule que « l'époque phénoménologique » dont le but est de s'assurer que le chercheur retient ses théories et préjugés lors de l'interprétation de l'expérience vécue ; peut augmenter les chances d'atteindre les critères proposés pour justifier les connaissances produites dans le cadre des approches interprétatives.

2.2 L'interprétativisme pour comprendre le phénomène entrepreneurial

Ces dernières années, la recherche en entrepreneuriat a marqué un tournant processuel (Hernandez, 1995). Ceci dit, il est largement reconnu que pour comprendre le phénomène entrepreneurial le chercheur doit explorer le comportement de l'acteur entrepreneur tout au long de son processus de création d'entreprise ou démarrage d'activité. Cette perspective implique d'autres aspects de l'entrepreneuriat tels que le réseautage, le capital social, humain et financier qui sont également partie intégrante du processus entrepreneurial. Par conséquent, investir dans une posture interprétativiste présente des avantages pour comprendre ce processus puisqu'elle met en évidence la nécessité de comprendre les expériences vécues dans leur contexte social et culturel (Berger and Luckmann, 1966). En d'autres termes, cela nous permet d'aller au-delà de l'immédiat, de tendre la main et de voir le contexte, la contingence

et, surtout, le cadre socioéconomique. Ceci est utile pour développer des concepts riches car pour des auteurs comme Goss (2005), l'entrepreneuriat est une fonction sociale et Steyaert and Katz (2004) pensent qu'il devrait être étudié comme un phénomène social.

Le champ de l'entrepreneuriat a vu ainsi émerger un corpus de recherche qui opère dans un paradigme interprétativiste. Il existe un consensus général sur le fait que les entrepreneurs sont orientés vers l'action. Par conséquent, on considère qu'une grande partie de leurs connaissances est basée sur l'expérience (Rae et Carswell, 2000). Un certain nombre d'auteurs soulignent l'importance de l'apprentissage par la pratique, chacun accordant une importance légèrement différente à un processus essentiellement similaire. Dans leurs recherches sur l'activité entrepreneuriale, un grand nombre de ces auteurs ont intégré à leurs enquêtes des événements d'apprentissage critiques, c'est-à-dire des processus d'apprentissage associés à l'expérience des opportunités et des problèmes (Thorpe *et al.*, 2006). La profondeur qualitative de ces études a permis de mieux comprendre les expériences vécues des entrepreneurs (Thompson, Locander et Pollio, 1989). Cope (2005) décrit de telles approches interprétatives comme repensant l'esprit d'entreprise. Rae décrit à son tour ces approches comme visant à *«comprendre les pratiques entrepreneuriales dans un contexte culturel, à travers l'utilisation du langage, du récit et du discours. Ce faisant, on s'éloigne consciemment de l'approche positiviste qui cherche à définir, mesurer et catégoriser l'activité entrepreneuriale, vers une approche interprétative de l'enquête sociale qui vise à générer de la perspicacité et de la compréhension et une théorie utile plutôt qu'une définition définitive »*⁴⁶ (Rae, 2000, p. 148).

Les études sur le genre et l'entrepreneuriat ont été caractérisées à leur tour par des changements ontologiques, méthodologiques et épistémologiques importants au cours de ces trente dernières années. Premièrement, il y a eu un changement substantiel dans la façon dont les récits de genre autour des identités et des performances entrepreneuriales sont compris et analysés (Ahl, 2007). Deuxièmement, cela a conduit à une réorientation méthodologique d'une perspective principalement positiviste, dominée par les statistiques, vers une perspective plus narrative et descriptive, où l'entrepreneuriat est analysé d'un point de vue constructiviste (Hamilton, 2014; Karatas-Ozkan et al., 2014). Enfin, épistémologiquement, il y a eu un changement

⁴⁶ Traduit depuis « Understanding entrepreneurial learning: A question of how? », Rae (2000).

significatif du sexe considéré comme une variable - où les femmes entrepreneures étaient principalement discutées pour la visibilité du groupe - à une approche sensible au genre, qui traite les femmes comme un groupe hétérogène avec des expériences différentes, ou, récemment, une approche féministe post-structurelle qui soutient que l'expérience de l'entrepreneuriat sexuée est réalisée de manière socioculturelle et enracinée dans des hiérarchies de pouvoir (Ahl, 2006).

Notre objet de recherche étant de comprendre l'entrepreneuriat dans sa dimension processuelle et genrée, dès lors, il serait adéquat de s'investir dans le paradigme interprétatif. En effet, Jennings et Brush(2013) appellent les universitaires à des méthodes inductives d'analyses qualitatives qui permettraient de mieux comprendre «l'entrepreneuriat en soi, une activité» genrée » (p. 671). De même, Ahl (2006) a combiné la théorie féministe et les analyses du discours pour démontrer comment les pratiques de recherche en vigueur privilégiaient certaines questions et approches par rapport à d'autres (en particulier les études quantitatives comparant les performances des entreprises dirigées par des hommes et des femmes), qui ont involontairement et ironiquement contribué à non seulement une vision trop étroite des femmes entrepreneures, mais aussi une image qui décrit leur activité comme inférieure à celle des hommes. La recherche sur l'entrepreneuriat et le genre s'investie davantage dans le paradigme interprétatif pour comprendre en profondeur le vécu des hommes et des femmes entrepreneurs tout en respectant la spécificité de leur contexte.

En effet, un élément crucial de la posture interprétative est que le chercheur adopte une position empathique. Le défi ici est d'entrer dans le monde social de nos sujets de recherche et de comprendre leur monde à travers leur point de vue. Non seulement les situations entrepreneuriales sont complexes, mais elles sont également uniques. Elles sont fonction d'un ensemble particulier de circonstances et d'individus se réunissant à un moment précis (Saunders, Lewis and Thornhill, 2013) d'où la nécessité de s'investir dans des pratiques de recherche qui tiennent compte de cette diversité.

II. Une recherche à visée exploratoire

Le chercheur en management a le choix entre deux grands processus de construction des connaissances reposant chacun sur des méthodes d'investigation différentes : l'exploration et le test (Charreire and Durieux, 2014). Il est à noter que ces choix sont fortement influencés par le positionnement épistémologique du chercheur. En se

basant principalement sur l'article de Charreire et Durieux, cette section explicite ces deux grandes voies de l'élaboration des connaissances et justifie notre choix pour l'exploration hybride dans ce travail de recherche.

1. Test ou exploration : quelle voie emprunter ?

Le test et l'exploration sont deux processus ayant pour objectif tous deux de répondre à la question « comment les connaissances sont-elles produites ? ».

Le test se rapporte à la mise à l'épreuve de la réalité d'un objet théorique ou méthodologique, c'est la validation d'une réponse conceptuelle existante. Cette orientation relève d'une démarche confirmatoire, largement dominante en sciences de gestion et qui peut faire appel à des méthodes qualitatives et / ou quantitatives : il s'agit d'un contexte de vérification (Giordano et al., 2012).

L'exploration revoie à la démarche par laquelle le chercheur a pour objectif de proposer des résultats théoriques novateurs. C'est-à-dire de créer de nouvelles articulations théoriques entre des concepts et/ou d'intégrer de nouveaux concepts dans un champ théorique donné. En management, Explorer consiste à découvrir ou approfondir une structure ou un fonctionnement pour servir deux grands objectifs : la recherche de l'explication (et de la prédiction) et la recherche d'une compréhension (Charreire and Durieux, 2014, p. 78). Dans le cadre de notre recherche, l'objectif est de comprendre le déroulement du processus entrepreneurial dans le contexte marocain pour ensuite tenter d'expliquer l'écart du genre et l'écart intention-action. En effet, plusieurs études ont noté la nécessité d'explorer davantage les facteurs contextuels expliquant l'écart du genre en entrepreneuriat (Choukir *et al.*, 2019). Cette question demeure une perspective de recherche future intéressante, en particulier pour les pays en développement ayant des influences culturelles différentes et des écarts entre les sexes plus importants.

Les deux processus de recherche, l'exploration et le test, sont distincts et doivent être compris comme étant plus complémentaires qu'antagonistes. Néanmoins, tout en coexistant dans les recherches en management, ils renvoient à des débats épistémologiques concernant le mode approprié de la production de la connaissance et son statut final. Ainsi, le choix de la voie de l'exploration ou de test n'est pas neutre (Velmuradova, 2004).

Le problème qui se pose dans un processus de recherche exploratoire est la contextualisation. En effet, Eisenhardt(1989) invite les chercheurs (même si rien ne les oblige) à formuler un nouveau cadre théorique testable par la suite sur d'autres terrains de recherche que celui ou ceux précédemment mobilisés.

Dans le cadre de l'exploration trois voies sont possibles. Il s'agit de l'exploration théorique, empirique et hybride.

2. Les voies de l'exploration

L'exploration peut suivre trois voies distinctes renvoyant chacune à des logiques spécifiques : l'exploration théorique, l'exploration empirique et l'exploration hybride.

L'exploration théorique consiste à créer un lien entre deux champs théoriques ou entre deux disciplines (au minimum) jusqu'alors non associés dans des travaux antérieurs (Charreire et Durieux, 2014). Dans cette perspective le chercheur retient un ou plusieurs objets théoriques des deux (ou plus) champs ou disciplines étudiés et opère un nouveau lien pour délimiter le cadre conceptuel de sa recherche. L'objectif ici est d'améliorer une explication incomplète ou de proposer une nouvelle compréhension des choses.

L'exploration empirique consiste à« *explorer un phénomène en faisant table rase des connaissances antérieures sur le sujet* » (Charreire and Durieux, 2014, p. 91). Cette démarche présente l'inverse de l'exploration théorique puisqu'elle va du terrain à la théorie et tente d'étudier des phénomènes mal connus, voire totalement inconnus. Le chercheur élabore de nouvelles réponses indépendamment des connaissances antérieures. Toutefois, cette voie ne demeure pas sans limites puisque le chercheur ne peut être aussi indépendant que cela de ses connaissances antérieures et ne peut donc pas respecter strictement cette condition en pratique.

En management, certaines méthodes basées sur l'immersion du chercheur dans un contexte spécifique permettent d'explorer des phénomènes mal connus, sans mobiliser initialement de cadre conceptuel rigide. Il s'agit à titre d'exemple des méthodes ethnographiques. La *grounded theory* ou la théorie enracinée, une approche de la recherche qualitative, implique également la génération de nouvelles théories à partir de faits observables empiriquement.

L'exploration hybride renvoie à une combinaison de la voie théorique et empirique. C'est le processus tout au long duquel le chercheur procède par allers-retours fréquents entre les observations empiriques et les connaissances théoriques existantes dans le but d'enrichir ou d'approfondir ces dernières. Les recherches qui s'inscrivent dans cette voie tendent vers « *un « réalisme fort » de la théorie et vers la production de construits théoriques fortement «enracinés » dans les faits considérés »* (Charreire et Durieux, 2014, p. 93). Les recherches conduites dans notre travail de recherche s'inscrivent dans cette lignée. Les allers-retours constamment opérés entre la littérature et le terrain nous ont permis d'affiner notre protocole de recherche. En effet, les écarts observés sur le terrain marocain nous ont poussés à s'intéresser davantage au genre et à l'entrepreneuriat et à réaliser par la même occasion une revue de la littérature pour essayer de comprendre dans une perspective féministe l'essence de ces écarts. Grâce à notre revue de la littérature nous avons pu ressortir des facteurs qui entravent à différents niveaux le processus entrepreneurial féminin et masculin dans divers contextes. Sur cette base, nous avons élaboré notre guide d'entretien et nous avons exploré la problématique dans le contexte marocain qui présente des spécificités culturelles et socio-économiques non considérées dans les travaux antérieurs. Tout au long de notre processus de recherche (jusqu'à l'écriture de ces lignes) nous n'avons jamais cessé de creuser à la fois la littérature et le terrain pour explorer davantage le phénomène étudié. En d'autres termes, l'exploration hybride est la voie la plus adaptée à notre travail de recherche.

La dichotomie exploration-test trouve sa justification relativement aux modes de raisonnement caractérisant ces deux voies. Dans une voie exploratoire, le chercheur adopte principalement une démarche de type inductive ou abductive alors que pour tester, il fait généralement appel à une démarche de type déductive ou hypothético-déductive (Charreire and Durieux, 2014). Cette distinction dépend des données mobilisées : théoriques, empiriques ou hybrides (combinant les deux). Dans le cas de notre travail de recherche, l'exploration hybride implique un mode de raisonnement abductif (Ibid.).

III. Un mode de raisonnement abductif

A l'instar des postures épistémologiques, les travaux en sciences de gestion sont dominés par trois grandes démarches : la déduction, l'induction et l'abduction. Ces

modes de raisonnement facilitent la conversion des connaissances tacites en connaissances explicites.

En simplifiant à l'extrême, on dira que la déduction procède du général au particulier, tandis que l'induction chemine dans le sens inverse. En effet, la déduction pure se réduit au syllogisme de la logique formelle. Pour démontrer que Socrate est mortel (conclusion), il faut partir de l'énoncé : tous les hommes sont mortels et s'apercevoir que Socrate est un homme et qu'il est donc mortel. Ce schéma suit le raisonnement logique suivant : tout A est B, or C est A, donc C est B. Une induction tout aussi pure consiste à généraliser à partir d'une série limitée d'observations. Aussi classique que le syllogisme précédent : tous les cygnes observés étaient blancs, nous posons donc que tous les cygnes (incluant ceux non observés et ceux à naître) sont blancs (Gohau, 1992).

La déduction correspond au processus qui permet de conclure (déduire) une affirmation à partir d'hypothèses, de prémisses ou d'un cadre théorique : les conclusions résultent formellement de ces prémisses ou de cette théorie. Elle est donc un moyen de démonstration. C'est le raisonnement qui fonde la démarche hypothéticodéductive qui consiste à élaborer une ou plusieurs hypothèses et à les confronter ensuite à une réalité. Le but est alors de porter un jugement sur la pertinence de l'hypothèse initialement formulée (Charreire et Durieux, 2014).

Autrefois, La déduction était comme un entonnoir. Elle seule faisait preuve de rigueur et pouvait être utilisée comme mode de raisonnement dans les travaux scientifiques. A l'inverse, le mode de raisonnement inductif était considéré comme dangereux car comportant un risque de subjectivité, un manque de rigueur pouvant classer les connaissances produites dans le « non-scientifique », l'approximatif et l'amalgame obscur entre éléments non fondés (Colin, 1997).

L'induction s'attache à prospecter le terrain de l'expérience pour établir par généralisations les lois recherchées (Razorback, 2013). Dans cette démarche on s'élève à des considérations générales après avoir observé la répétition de cas particuliers. Morfaux (2011)⁴⁷ la définit comme « *une inférence conjecturale qui*

⁴⁷Vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines (Morfaux, 2011) cité dans (Charreire and Durieux, 2014, p. 79)

conclut : 1) de la régularité observée de certains faits à leur constance ; 2) de la constatation de certains faits à l'existence d'autres faits non donnés mais qui ont été liés régulièrement aux premiers dans l'expérience antérieure » (Charreire and Durieux, 2014, p. 79). La posture inductive accorde la primauté à l'enquête, à l'observation, voire à l'expérience et essaie d'en tirer des leçons plus générales, des constats universaux.

Certains chercheurs en entrepreneuriat soutiennent que l'approche déductive n'est pas adaptée à leur champ de recherche (Anderson and Starnawska, 2008). Le contexte, la contingence, l'irrationalité, la flexibilité, l'opportunisme et même la chance jouent un trop grand rôle dans l'entreprise. Ainsi, ils préconisent la démarche inductive pour saisir la diversité du phénomène entrepreneurial. Toutefois, Hjorth (2012) considère l'approche abductive développée par Peirce, un pionnier de la philosophie des sciences et des méthodes de recherche, comme la plus adéquate pour explorer le phénomène entrepreneurial. Durant cinquante ans, Charles Sanders Peirce, a travaillé sur cette notion d'abduction en en faisant le centre d'une analyse de la logique de la découverte (Dumez, 2016).

L'abduction constitue pour Peirce (1960) la première étape de toute enquête scientifique et de tous les processus interprétativistes (Rennemo and Åsvoll, 2014). Elle consiste à examiner et trier un certain nombre de faits afin de parvenir à une compréhension et une explication satisfaisantes du phénomène étudié. Pour Koenig (1993), « *L'abduction est l'opération qui, n'appartenant pas à la logique, permet d'échapper à la perception chaotique que l'on a du monde réel par un essai de conjecture sur les relations qu'entretiennent effectivement les choses [...]. L'abduction consiste à tirer de l'observation des conjectures qu'il convient ensuite de tester et de discuter* » (Charreire and Durieux, 2014)

L'abduction est cruciale puisqu'elle permet de proposer de nouvelles interprétations de la réalité. Toutefois, en aucune manière, l'abduction à elle seule ne permet de dire si une hypothèse est vraie ou fausse. C'est à partir de la déduction, puis de l'induction comme étape finale que la question de la vérité pourra être abordée (Dumez, 2016).

En somme, l'abduction se prête très bien à la découverte et à la concomitante création de sens de cette recherche. En effet, le processus entrepreneurial a fait l'objet de

nombreuses contributions scientifiques. Dès lors, le recours à une approche inductive ne paraît pas pertinent dans le cadre de notre travail de recherche. L'adoption d'une démarche abductive est justifiée par l'objet de notre recherche, visant à comprendre le processus entrepreneurial amont jusqu'alors peu étudié dans le contexte marocain, pour ensuite essayer de trouver une explication aux écarts susmentionnés. Il ne s'agit pas ici de tester des lois existantes pour en vérifier la validité mais bien de mettre en lumière un comportement émanant du terrain afin de l'inclure aux écrits existants. Notre mode de raisonnement explicité, il convient maintenant de présenter la démarche méthodologique qui a permis de mener l'étude empirique de ce travail de recherche.

Section 2 : Démarche méthodologique de la recherche

Cette section vise à aborder la dimension empirique de la recherche. Il s'agit d'exposer et de justifier les choix méthodologiques adoptés pour notre étude de terrain.

La posture épistémologique choisie dans ce travail de recherche telle qu'elle a été présentée dans la section précédente a sans doute orienté notre démarche méthodologique. En effet le choix de l'interprétativisme pour comprendre le processus entrepreneurial dans le contexte marocain suppose d'approcher les acteurs entrepreneurs afin d'explorer leur expérience entrepreneuriale dans les moindres détails. Il s'agit d'analyser les mots et les expressions ce qui présuppose un sentiment d'évidence, de proximité et une grande capacité d'empathie (Soler, 2000, dans, Allard-Poesi et Perret, 2014)et nécessite ainsi le recours aux approches qualitatives. Ces approches plus ouvertes sont susceptibles de permettre d'explorer les choses que nous ne savons pas encore et, surtout, les choses que nous voulons et devons savoir sur l'entrepreneuriat (Anderson and Starnawska, 2008). Nous présentons en premier lieu l'approche qualitative ainsi que l'étude de cas multiples qui constitue notre stratégie de recherche centrale (I). En deuxième lieu nous allons dresser notre processus de collecte et de traitement des données.

I. Une approche qualitative pour aborder la dimension empirique de la recherche

Après l'exposition de la revue de la littérature et le choix de la posture épistémologique dans un travail de recherche, le chercheur doit choisir une approche

méthodologique lui permettant d'aborder la dimension empirique de sa recherche afin d'apporter une réponse à sa problématique. Les démarches de recherche sont généralement classées en trois catégories : quantitatives, qualitatives et mixtes.

L'approche quantitative est principalement utilisée pour tester des théories dans le cadre d'une démarche hypothético-déductive (Royer and Zarlowski, 2014). Elle met l'accent sur la collecte de données numériques afin d'analyser statistiquement un phénomène.

La démarche qualitative sert principalement à construire, enrichir ou développer des théories (ibid.). Elle est de nature plus subjective que la recherche quantitative et implique l'examen et la réflexion sur les aspects les moins tangibles d'un sujet de recherche (valeurs, perceptions, attitudes...etc.).

D'après Tuli (2010) la méthodologie quantitative concerne les tentatives de quantifier les phénomènes sociaux à travers la collecte et l'analyse de données chiffrées, et se concentre sur les liens entre un plus petit nombre d'attributs dans de nombreux cas (étude par dénombrement). Elle permet à ce titre une généralisation des résultats. En revanche, la méthodologie qualitative se préoccupe davantage de comprendre la signification des phénomènes sociaux et se concentre sur les liens entre un plus grand nombre d'attributs dans relativement peu de cas (étude en profondeur).

Plus récemment, plusieurs auteurs ont promu la combinaison des méthodes quantitatives et qualitatives au sein d'un même design de recherche d'où l'émergence de la phase d'affirmation d'une troisième voie méthodologique : l'approche mixte. La recherche par méthodes mixtes est « *le type de recherche dans lequel un chercheur ou une équipe de chercheurs combine des éléments des approches de recherche qualitative et quantitative (par exemple, l'utilisation de points de vue qualitatifs et quantitatifs, la collecte de données, l'analyse, les techniques d'inférence) avec l'objectif général d'assurer l'ampleur et la profondeur de la compréhension et de la corroboration* » (Johnson et al., 2007, dans, Anadón, 2019, p. 107).

Compte tenu de ces distinctions, il est à souligner que le choix d'une méthodologie de recherche appropriée doit tenir compte de la problématique soulevée, la posture adoptée, l'expérience et la vision du monde du chercheur et dans certains cas le public auquel la recherche doit être apportée. Cette dernière considération renvoie aux deux

camps qui opposent généralement les partisans des méthodes quantitatives qui défendent une recherche objective, déductive, causale, positive, exempte de biais et généralisable aux adeptes des méthodes qualitatives qui nuancent la recherche absolue d'objectivité à la fois impossible à atteindre et non souhaitable. Ces derniers accordent plus d'importance à l'induction, aux descriptions riches, prenant en compte l'interprétation des acteurs et/ou la construction d'actions et de connaissances collectives. Toutefois, aucune méthodologie n'est nécessairement idéale, meilleure que l'autre ou peut-être seule applicable à tous les phénomènes et à toutes les problématiques.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous optons pour une approche qualitative fondée sur le paradigme interprétativiste (Tuli, 2010). En effet, le chercheur qui s'inscrit dans un paradigme interprétativiste est souvent amené à utiliser l'observation, des entretiens approfondis et des discussions de groupe au cours de la collecte de données et de la technique d'analyse de données non numériques. Cette perspective est la plus appropriée à notre étude puisqu'elle permettra de répondre à notre problématique qui s'intéresse au comportement entrepreneurial, elle est en harmonie avec notre posture épistémologique (l'interprétativisme) et elle correspond à notre vision du monde. En plus il existe un besoin documenté pour la mobilisation des méthodologies qualitatives dans la recherche en entrepreneuriat qui permettent une étude approfondie d'un phénomène donné, mobilisant des moyens créatifs pour la production et l'analyse des données empiriques (Hlady-Rispal et Jouison-Laffitte, 2014).

1. Mener une recherche qualitative dans le champ de l'entrepreneuriat

Bien que l'entrepreneuriat dans son interprétation la plus large soit aussi ancien que la civilisation elle-même, et la théorie sur le rôle de l'individu dans la genèse organisationnelle peut remonter à plusieurs siècles, la théorie de l'entrepreneuriat est toujours considérée comme un domaine académique assez jeune et pré-paradigmatique (Verstraete and Fayolle, 2004; Bygrave, 2011). Néanmoins, il est devenu un domaine de recherche de plus en plus populaire au cours du dernier quart de siècle, avec une communauté de recherche croissante d'universitaires relevant de divers champs disciplinaires. L'implication est que l'entrepreneuriat peut être étudié en utilisant une variété de méthodes, y compris des techniques quantitatives et qualitatives. En effet, l'esprit entrepreneurial est un phénomène en constante

évolution, façonné par le comportement des entrepreneurs dont les réponses aux opportunités perçues peuvent être très difficiles à prévoir. La complexité et la dynamique du processus entrepreneurial invite donc une boîte à outils méthodologique très variée.

Les méthodes qualitatives ont un grand potentiel d'enrichissement des connaissances en entrepreneuriat dans la mesure où les outils mobilisés s'adaptent aux spécificités du champ étudié (Rispal et Jouison-Laffitte, 2015). Pourtant, les articles de synthèse consacrés aux méthodes de recherches mobilisées par les revues de renommées dans le champ de l'entrepreneuriat témoignent de la faiblesse du nombre des recherches qualitatives au regard des recherches quantitatives (Neergaard and Uihøi, 2007; Mullen, Budeva and Doney, 2009; Hlady-Rispal and Jouison-Laffitte, 2014). Ce n'est que très récemment que les publications reposant sur des méthodologies qualitatives commencent à se développer surtout dans les revues francophones et suscitent un véritable engouement au sein de la communauté scientifique. En effet la recherche européenne en entrepreneuriat est plus connue pour la mobilisation des démarches qualitatives puisque les européens ont tendance à être plus tolérants à l'égard de la diversité méthodologique (Neergaard and Uihøi, 2007). Des revues telles que la Revue Internationale PME (RIPME) et la Revue de l'entrepreneuriat ont publié respectivement 52 % et 62 % d'articles empiriques en entrepreneuriat réalisés à l'aide d'une méthodologie qualitative entre 2007 et 2014 (Rispal and Jouison-Laffitte, 2015).

1.1 Spécificités de la recherche qualitative

Denzin et Lincoln (1994) définissent la recherche qualitative comme une méthode multi-focus, impliquant une approche interprétative et naturaliste de son sujet. Cela signifie que les chercheurs qualitatifs étudient les choses dans leur milieu naturel, tentant de donner un sens ou d'interpréter les phénomènes en termes de sens que les gens leur apportent. La recherche qualitative implique l'utilisation étudiée et la collecte d'une variété de matériaux empiriques : étude de cas, expérience personnelle, récit de vie, interview, qui décrivent les moments routiniers et problématiques et leurs significations dans la vie des individus.

Le but de la recherche qualitative est de développer des concepts qui améliorent la compréhension des phénomènes sociaux en milieu naturel, en mettant l'accent sur les

significations, les expériences et les points de vue de tous les participants (Neergaard and Ulhøi, 2007). La dynamique et la complexité du phénomène entrepreneurial ne peut être saisie par une seule méthode mais doit plutôt considérer le pluralisme méthodologique. La grande diversité méthodologique dans le domaine comporte plusieurs aspects, mais celui qui sera au centre de cette section est l'application de la recherche qualitative dans l'étude de l'entrepreneuriat. Nous soutenons dans ce travail de recherche que la recherche qualitative a la capacité d'explorer des profondeurs jusqu'alors inexplorées dans le champ de l'entrepreneuriat et de contribuer de manière significative à son développement.

Il y a encore quelques années, la recherche qualitative était pratiquement absente dans les études sur l'entrepreneuriat. Ce sont plutôt les méthodes quantitatives qui ont dominé le champ depuis son émergence, avec des chercheurs utilisant des tests statistiques pour analyser des hypothèses spécifiques et les relations entre les différentes variables. Alors que l'utilisation de telles méthodes quantitatives produit des connaissances considérables, le désir de comprendre les phénomènes entrepreneuriaux dans leurs contextes naturels a conduit les chercheurs à des méthodologies qualitatives. La recherche qualitative a été appréciée pour son aptitude unique à imposer un ordre conceptuel aux activités entrepreneuriales floues, dynamiques et complexes (Neergaard and Ulhøi, 2007). Pour beaucoup de chercheurs, les questions les plus importantes en entrepreneuriat ne peuvent être posées que par des approches et des méthodes qualitatives (Javadian, Gupta and Knights, 2016). Ces méthodes ont le potentiel de fournir des connaissances approfondies sur les phénomènes étudiés et permettent de générer des théories nouvelles et originales sur l'entrepreneuriat (ibid.).

Dans leur article intitulé « la contribution des méthodes qualitatives au développement du champ de l'entrepreneuriat », les auteurs démontrent comment les méthodes qualitatives peuvent distinctement concourir à enrichir le champ de l'entrepreneuriat. Leur étude opère une recension systématique de 139 articles qualitatifs publiés dans des revues prestigieuses entre 2007 et 2014 et montre que la majorité des contributions revendiquées par les auteurs sont de nature théorique (60 %), de nombreuses autres sont de nature empirique ou pédagogique (40 %). Hlady-Rispal et Jouison-Laffitte (2014) rajoutent que les méthodes qualitatives permettent de saisir le processus entrepreneurial dans sa complexité et dans la diversité de ses

contextes. En effet, ces études facilitent l'appréhension fine du processus, offrent une description dense des phénomènes étudiés en se centrant parfois sur des manifestations idiosyncrasiques de l'entrepreneuriat. Dans la conclusion de leur article, les auteurs encouragent les chercheurs en entrepreneuriat à mobiliser de plus en plus des méthodes qualitatives et recommandent ce qui suit :

- ***Faire bon usage du temps*** puisque les recherches qualitatives consomment énormément de temps dans la production des données, la description fine du contexte de l'étude, l'organisation et la codification des données et nécessitent une interprétation créative et rigoureuse des résultats ;
- ***Relier les conceptualisations à des contextes plus larges*** puisque l'inadéquation parfois de la théorie mobilisée au contexte entrepreneurial étudié peut produire des résultats pauvres ou inexacts.
- ***Délimiter clairement les résultats de la recherche*** en montrant la singularité du phénomène étudié, l'originalité des arguments avancés et les conditions par lesquelles la théorie générée ou mobilisée est susceptible d'éclairer distinctement un phénomène nouveau, rare, important ou composite.
- ***Démontrer la validité pragmatique de la recherche*** en déterminant dans quelle mesure la qualité de la réflexion et des connaissances générées peut dynamiser l'analyse d'autres chercheurs confrontés à des réalités proches d'une part et peut accompagner la qualité d'une action stratégique des praticiens d'autre part.

Hlady-Rispal et Jouison-Laffitte (2014) exposent également de façon très explicite les différentes méthodes qualitatives mobilisées dans le champ de l'entrepreneuriat, leurs spécificités et la façon dont elles sont mobilisées par les communautés de chercheurs.

1.2 Les méthodes qualitatives mobilisées dans la recherche en entrepreneuriat

Dans la recherche qualitative, différentes revendications de connaissances, stratégies d'enquête et méthodes de collecte et d'analyse de données sont utilisées. Tout au long du processus de recherche, le libre arbitre du chercheur reste souverain, avec comme guide essentiel la problématique de recherche qu'il s'est fixé au départ (et qui peut très bien évoluer en cours de route) et l'objectif à atteindre. En effet, afin de contourner l'hétérogénéité de la nature des contributions des recherches en entrepreneuriat, Rispal et Jouison-Laffitte (2015) établissent une analyse des articles

qualitatifs recensés par objectif. Ils présentent un tableau synthétique que nous jugeons utile pour chaque chercheur qui s'investit dans une recherche qualitative notamment en entrepreneuriat.

Tableau 22 : Les recherches qualitatives en entrepreneuriat : objectifs et méthodes

Méthode	Autres méthodes mobilisées	Objectif 1	Objectif 2	Méthodologues les plus cités
Narrations		Comprendre un processus et Décrire	Décrire	Gartner (2007)
Observation		Comprendre un processus et Décrire	Construire une théorie	Mintzberg (1973)
Récit de vie	Narrations	Comprendre un processus cognitif	Construire une théorie Décrire	Bertaux et Kohli (1984) ; Bruner (2004)
Étude de cas	Entretiens ethnographiques Observation Méthode historique Étude longitudinale GT RA	Comprendre un processus	Construire une théorie	Yin (2003) ; Eisenhardt (1989) ; Miles et Huberman (1994) ; Patton (2002)
Ethnographie	Narrations GT Étude longitudinale	Comprendre un processus	Construire une théorie Décrire	Burgess (1982) ; Hunter (1993) ; Fine (2003)
Protocoles verbaux	Observation	Comprendre un processus cognitif	Construire une théorie	Ericsson et Simon (1984)
Entretiens	Étude longitudinale GT Méthode mixte RA	Comprendre un processus	Comprendre un processus cognitif	Aucun auteur dédié
Théorie enracinée	Narrations Étude longitudinale Entretiens	Construire une théorie et Comprendre un processus	Décrire et Construire une théorie	Glaser et Strauss (1967), Strauss et Corbin (1998)
Recherche phénoménologique	Analyse du discours Narration	Comprendre un processus et Construire une théorie	Comprendre un processus cognitif	Copp (2005) ; Thompson (1997) ; Smith (2004)
Recherche-Action	Ethnographie	Résoudre les problèmes en situation	Comprendre un processus et mobiliser un cadre théorique	Argyris, Putnam et Smith (1985) ; Berger et Luckmann (1991)
Méthode mixte Quali-Quantif	Ethnographie	Combiner compréhension et mesure	Décrire	Miles et Huberman (1994)

Source : La contribution des méthodes qualitatives au développement du champ de l'entrepreneuriat ((Rispalet et Jouison-Laffitte, 2015, p.22)

Les recherches qualitatives ont pour objectif de décrire un phénomène, de comprendre un processus, de construire une théorie ou de résoudre un problème. En fonction de son objet et sa question de recherche, le chercheur mobilise des méthodes appropriées lui permettant d'atteindre son objectif.

La **description** constitue une étape inhérente aux recherches qualitatives. Elle permet d'examiner en profondeur les organisations, les phénomènes, les contextes, etc. afin de les comprendre. Avant la phase de l'analyse, le chercheur s'attache à décrypter le réel observé à partir de ses propres représentations et de celles des acteurs observés. C'est d'ailleurs pour cette raison que même si la description est présente partout, cet

objectif est en revanche très rarement cité comme étant prioritaire. Elle porte surtout sur des entreprises, des territoires, des situations, des comportements, et empruntent des formes variées (présentation de cas, tableaux, figures, citation de verbatim).

Comprendre un processus est un objectif qui permet de saisir in vivo et dans le temps des phénomènes entrepreneuriaux naissants ou présents dans des contextes originaux (Rispal and Jouison-Laffitte, 2015, p. 24). Cet objectif est au cœur de l'ensemble des recherches qualitatives recensées par les auteurs et fait également l'objet du présent travail.

Pour atteindre cet objectif, la méthode des cas (que nous adoptons et qui sera détaillée dans la prochaine section) se prête naturellement à l'analyse de processus entrepreneuriaux dans la mesure où elle vise à saisir en profondeur le fonctionnement d'un système, porte sur des phénomènes contemporains non dissociés de leur contexte et mobilise plusieurs sources de données (Yin, 2003).

Les recherches qualitatives peuvent également avoir comme objectif de **générer de nouveaux concepts ou théories** en entrepreneuriat. Pour atteindre cet objectif, le recours total ou partiel à une démarche issue de la théorie ancrée *grounded theory* est très présent.

La résolution de problèmes en situation est un objectif affiché dans plusieurs recherches en entrepreneuriat mais il n'est toutefois prioritaire que dans de très rares occasions. La recherche-action constitue la seule méthode dans laquelle cet objectif est systématiquement le plus important. En effet, de nature processuelle, la première étape de tout cycle de recherche-action consiste en l'identification d'un problème à résoudre, problème reconnu par le terrain dont la formulation sera faite par le chercheur de manière plus ou moins collaborative avec les acteurs de l'organisation. La finalité du processus est la résolution de ce problème et la production conjointe de connaissances théoriques dans une perspective de co-apprentissage (Rispal and Jouison-Laffitte, 2015, p. 28).

Pour que les recherches qualitatives futures sur l'entrepreneuriat continuent de produire des progrès importants, les chercheurs devront approfondir les questions du pourquoi, quand et comment les techniques qualitatives peuvent être le plus utilement déployées pour étudier les phénomènes qui les intéressent. La reformulation des

questions clés et la recherche de réponses nécessitent une interaction significative entre le raffinement théorique et l'examen empirique futur.

2. La méthode des cas comme stratégies de recherche

Compte tenu de la position interprétativiste adoptée dans cette recherche, la nature de la question de recherche et l'objectif visé, la méthodologie de l'étude de cas nous a semblé la plus appropriée en raison de ses avantages à révéler en détail les perceptions et les préoccupations uniques des acteurs dans une situation réelle. La conception de l'étude de cas est particulièrement bien adaptée aux situations où il est très difficile de séparer les variables d'un phénomène de son contexte (Yin, 2003) et c'est d'ailleurs le cas pour le phénomène entrepreneurial. En effet la mobilisation de l'étude de cas permet d'analyser le processus entrepreneurial jugé très complexe en profondeur afin de comprendre son déroulement dans le contexte marocain ainsi que l'origine de l'écart du genre et l'écart intention-action susmentionnés. En fait, si aujourd'hui la méthode des cas est sans doute la plus utilisée des méthodes qualitatives en science de gestion cela est dû à deux raisons. D'abord la facilité d'assimilation de cette méthode à une organisation, même si un individu, un groupe, ou une population peuvent être objets d'analyse. Ensuite son adéquation avec la réalité des organisations (Wacheux, 1996).

En tant que méthodologie, elle est particulièrement sensible aux questions de recherche du pourquoi et du comment, et elle offre aux chercheurs un cadre flexible mais intégré pour l'examen holistique d'un phénomène dans son état naturel. Yin (1990) définit l'étude de cas comme « *une enquête empirique qui examine un phénomène contemporain au sein de son contexte réel lorsque les frontières entre phénomène et contexte ne sont pas clairement évidentes et pour laquelle de multiples sources de données sont utilisées.* » (Martine Hlady Rispal, 2002, p. 48). Les études de cas cherchent à découvrir ce qui se passe, à chercher de nouvelles idées, à poser des questions et à évaluer le phénomène sous un nouveau jour. Une application particulière de l'étude de cas exploratoire est comme un outil de diagnostic pour développer une gamme de possibilités objectives qui pourraient se produire. Certains chercheurs voient une valeur significative dans la capacité des études de cas à suggérer un éventail de possibilités pour l'avenir.

Le choix du type de l'étude de cas détermine la structuration de la recherche ainsi que la procédure de collecte et d'analyse des données. Pires (1997) choisit de traiter le processus d'échantillonnage comme étant une opération par laquelle le chercheur décide d'abord de la pertinence de travailler sur un cas unique ou à partir de cas multiples. Un cas peut être une personne ou un groupe de personnes, un projet déterminé, une organisation ou un groupe d'organisations, voir un secteur d'activités (Martine Hlady Rispal, 2002a).

Yin (1990) préconise le recours au cas unique dans trois situations : le chercheur souhaite tester une théorie pour la confirmer, la réfuter ou la compléter ; il a identifié un cas présentant un caractère unique, rare ou extrême ; enfin le chercheur peut révéler en mobilisant un cas unique un phénomène, qui sans être rare, n'était pas accessible à la communauté scientifique. En revanche, plusieurs chercheurs reprochent l'absence de potentiel de transférabilité⁴⁸ (pour ne pas dire généralisation) des études de cas uniques et supportent le recours à une étude de cas multiples. Il s'agit d'identifier des phénomènes récurrents parmi un certain nombre de situations. Le chercheur observe et analyse chaque cas indépendamment, puis compare les résultats obtenus pour dégager des processus. Le choix des cas dépend de leur capacité à apporter une meilleure compréhension du phénomène à étudier ou de la théorie à générer (Martine Hlady Rispal, 2002a). Des études de cas multiples donnent aux chercheurs l'occasion d'examiner la variété des cas et de tirer des conclusions à partir d'une base plus large de connaissances (Kathleen M Eisenhardt, 1989).

La recherche sur l'entrepreneuriat semble bénéficier considérablement de l'utilisation de l'étude de cas multiples. Nous avons également opté pour cette stratégie pour analyser les différentes expériences des entrepreneurs afin de mieux comprendre les origines de l'écart intention-action et l'écart du genre dans le contexte marocain et par conséquent relever ce qui pourrait devenir important à examiner de manière plus approfondie dans les recherches futures afin de minimiser ces écarts et promouvoir l'entrepreneuriat dans le contexte national. L'étude de cas dans ce travail examine non seulement des phénomènes contemporains, mais aussi passés (antécédents, histoires entrepreneuriales des entrepreneurs femmes et hommes). Il s'agit d'examiner toutes les étapes du processus entrepreneurial amont.

⁴⁸Cette notion renvoie à la préoccupation de savoir si les conclusions auxquelles le chercheur aboutit peuvent s'étendre à d'autres contextes que celui étudié (Mukamurera *et al.*, 2006).

Nous avons exposé dans cette section la stratégie de recherche qui a mené de façon transparente au choix des techniques et méthodes de collecte de données. Toutefois, il est à noter qu'en réalité il n'y a pas de frontière stricte entre les deux. Si la stratégie de recherche porte sur l'approche globale qui est adoptée, alors les méthodes de collecte des données constituent des décisions méthodologiques opérationnelles.

II. Processus d'échantillonnage, de collecte et de traitement des données

Afin de mener une démarche scientifiquement valide en recherche qualitative/interprétative il est important d'étudier un objet à partir du point de vue de l'acteur en considérant l'objet d'étude dans sa complexité et tenter de donner sens à un phénomène, en tenant compte du jeu des multiples interactions que la personne initie et auxquelles elle répond (Savoie-zajc, 2007). Notre travail s'inscrit dans cette perspective et vise une démarche cohérente, non seulement au plan épistémologique, mais également aux plans théorique et méthodologique.

La stratégie de l'étude de cas multiples mobilisée permet d'analyser le comment et les pourquoi des choses. Elle accorde une grande importance à l'interprétation faite par les acteurs, et leurs situations et comportements qu'à celle faite par le chercheur. Compte tenu de la diversité et l'hétérogénéité du phénomène entrepreneurial et la spécificité socioculturelle du pays, la stratégie des cas multiples a consisté pour nous, à étudier chaque phase du processus entrepreneurial pour plusieurs cas dont le choix a été guidé par notre démarche d'échantillonnage.

1. Processus d'Echantillonnage

Avant que le chercheur puisse commencer à collecter des données et même penser à les analyser, il est tout à fait approprié de considérer ce qui pourrait être la meilleure source d'information. Neergaard et Ulhøi (2007) soutiennent que l'échantillonnage constitue un élément crucial pour garantir la qualité des résultats d'un projet de recherche, et que tous les projets de recherche doivent choisir des cas et des informateurs capables de fournir la meilleure information possible. En effet, l'échantillonnage s'avère être d'une importance stratégique car le type d'échantillon retenu va guider, colorer, encadrer le processus d'interprétation des résultats de la

recherche et ce, autant en puissance explicative qu'en richesse et en crédibilité (Savoie-zajc, 2007).

Cependant, il y a beaucoup de confusion et de chevauchement entre les types d'échantillonnage en recherche qualitative. Pour des raisons de cohérence, il serait important pour les chercheurs d'utiliser un langage commun et justifier le choix de leur échantillon avec précision.

1.1 Types d'échantillonnages dans la recherche qualitative

Dans la recherche qualitative, le type d'échantillonnage utilisé est déterminé par la méthodologie choisie et le sujet étudié, et non par la nécessité de créer des résultats généralisables. En effet, les procédures d'échantillonnage dans la recherche qualitative ne sont pas aussi prescrites rigoureusement que dans la recherche quantitative. Cette souplesse peut prêter à confusion pour certains chercheurs et les induire en erreur (Coyne, 2018). D'ailleurs très souvent, le manque de transparence qui caractérise parfois la recherche qualitative est particulièrement apparent en ce qui concerne l'échantillonnage.

Pirès définit l'échantillon comme « *une petite quantité de quelque chose pour éclairer certains aspects généraux du problème* » (1997, p. 122). Bien que de nombreux auteurs aient fourni divers aperçus des stratégies d'échantillonnage utilisées dans la recherche qualitative (Goetz et LeCOMPTE, 1984; Lincoln et Cuba, 1987; Corbin et Strauss, 1990), Patton (1990) lui a fait une description complète d'un grand nombre d'options pour l'échantillonnage des cas et soutient que c'est l'échantillonnage qui permet de capturer au mieux la différence entre les méthodes quantitatives et qualitatives. Cependant, la littérature sur l'échantillonnage utilise les termes échantillonnage ciblé, sélectif et théorique de façon interchangeable d'où l'importance d'éclairer cette confusion afin de mieux positionner la méthode d'échantillonnage emprunté dans cette recherche.

Après plusieurs débats sur l'échantillonnage dans la recherche qualitative, Coyne (2018) a tenté d'améliorer la compréhension des différences entre l'échantillonnage ciblé, sélectif ou raisonné⁴⁹ et l'échantillonnage théorique⁵⁰.

1.1.1 Echantillonnage théorique

⁴⁹ Traduit depuis Purposeful Sampling, terme inventé par Patton (1990)

⁵⁰ Traduit de Theoretical Sampling développé avec la grounded theory par Galsser et Strauss (1967)

L'échantillonnage théorique semble avoir pour origine la découverte de la théorie ancrée qui a été développée pour la première fois par les sociologues Glaser et Strauss en 1967, comme une méthode rigoureuse d'analyse des données qualitatives afin de produire une théorie nouvelle. Glaser (1978) définit l'échantillonnage théorique comme « *le processus où l'analyste collecte, code et analyse conjointement ses données et décide quelles données collecter ensuite et où les trouver, afin de développer la théorie au fur et à mesure qu'elle émerge.* » (Coyne, 2018, p. 625). Ainsi, la génération de la théorie dans la stratégie de la théorie ancrée rajoute une dimension très importante à la collecte de données.

1.1.2 Echantillonnage ciblé/sélectif/raisonné

Schatzman et Strauss (1973) affirment que « *l'échantillonnage sélectif est une nécessité pratique qui est façonnée par le temps dont dispose le chercheur, par son cadre, par ses intérêts de départ et de développement, et par toute restriction imposée à ses observations par ses hôtes* » (Coyne, 2018, p.624). Ils suggèrent qu'après plusieurs visites d'observation sur les sites, le chercheur saura qui prélever aux fins de l'étude. Ils discutent ensuite de l'échantillonnage du temps, des lieux, des événements et des individus (acteurs). Dans leur discussion sur l'échantillonnage d'individus, ils déclarent que le chercheur sélectionne les personnes en fonction des objectifs de la recherche. Des catégories telles que l'âge, le sexe, le statut, le rôle ou la fonction dans l'organisation, la philosophie ou l'idéologie énoncée peuvent servir de points de départ. Cette description de l'échantillonnage sélectif ressemble à la description de Patton de l'échantillonnage ciblé ou raisonné (purposeful sampling). Selon Patton (1990), « *la logique et la puissance d'un échantillonnage ciblé résident dans la sélection de cas riches en informations pour une étude approfondie. Les cas riches en informations sont ceux qui nous renseignent davantage sur les questions qui ont une importance capitale pour le but de la recherche, d'où le terme échantillonnage ciblé* » (Ibid.). Un échantillonnage sélectif peut donc être considéré comme un échantillonnage ciblé.

Par conséquent, afin de comprendre en profondeur l'expérience entrepreneuriale des marocains et l'origine des écarts relevés, le choix des acteurs a été fait par échantillonnage ciblé. Le but était de sélectionner les entrepreneurs susceptibles de nous fournir un maximum d'informations sur leur expérience entrepreneuriale afin de

relever les facteurs susceptibles d'accentuer ou de réduire les écarts susmentionnés dans le contexte marocain.

1.2 Critères et échantillon sélectionné

Etant donné le choix d'une étude de cas multiples comme stratégie de recherche, deux objectifs seront poursuivis lors de cette phase du processus d'échantillonnage : la diversité et la saturation (Savoie-zajc, 2007; Glaser and Strauss, 2010). Notre choix des acteurs entrepreneurs reposera sur des critères qui s'avèrent pertinents théoriquement parlant (la richesse de l'expérience, le degré de motivation, la réputation d'engagement professionnel, le caractère innovateur et autres) et des critères contextuels (l'âge, les années d'expérience, le sexe, et autres).

1.2.1 Critères de choix de l'échantillon

Avant de parler des critères de sélection de notre échantillon, il convient de spécifier le niveau d'échantillonnage. Cette recherche considère l'individu, l'entrepreneur comme unité d'analyse. L'entrepreneur occupe une place centrale dans notre analyse du processus entrepreneurial amont. Il est l'initiateur, le moteur et le conducteur dudit processus. Néanmoins, le phénomène étudié (processus entrepreneurial amont) n'est pas uniquement fonction de l'entrepreneur. En fait, son environnement, ses expériences, ses actes et leurs résultats donnent corps au processus entrepreneurial.

Le premier critère que nous avons retenu lors de notre échantillonnage considère un gap relevé dans la littérature et a pour but de répondre à l'objectif de diversification. En fait, une grande partie des travaux scientifiques sur le genre et l'entrepreneuriat se concentrent particulièrement sur l'entrepreneuriat féminin (Jennings et Brush, 2013; Muntean et Ozkazanc-Pan, 2015) et plusieurs recherches utilisent des mesures parfois inappropriées ou sexistes (Ahl, 2006). Il était donc indispensable pour nous de garantir un nombre suffisant d'entrepreneurs masculins et féminins inclus dans l'échantillon pour permettre la comparaison des deux groupes.

Le second critère retenu considère les motivations de départ des entrepreneurs. En fait, depuis plusieurs années, la littérature relative à l'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité a montré que ces deux types d'entrepreneuriat conduisent à des comportements entrepreneuriaux très différents notamment dans le processus amont (Giacomin, Janssen and Guyot, 2016). En plus, les recherches antérieures ont relevé comme limite la non considération des deux profils d'entrepreneurs (nécessité vs

opportunité) (Shahriar, 2018).L'intégration de ce critère a justement pour objectif de déterminer si le comportement entrepreneurial diffère chez ces deux types d'entrepreneurs.

Le troisième critère retenu est la phase du processus (propension, intention, décision et acte) dans laquelle se situe l'entrepreneur sélectionné. En fait, étant donné que le TEA⁵¹ qui est considéré dans les écarts relevés et qui sont à l'origine de notre problématique considère les entreprises naissantes et nouvelles (Max 42 mois d'activité), les cas à sélectionner doivent être en phase de démarrage. Toutefois ceux qui étaient au stade de la propension et l'intention avec une idée plus ou moins claire mais sans pour autant avoir démarré l'activité entrepreneuriale n'étaient pas très informateurs du coup nous avons opté plus pour des entrepreneurs qui ont pu lancer leurs activités ont l'expérience était beaucoup plus riche.

Il est à noter que les secteurs informel et formel constituent tous les deux des enjeux pour l'économie marocaine. Ainsi, notre échantillon va considérer également le statut formel, en formalisation ou informel de l'entreprise naissante ou nouvelle.

Toujours pour répondre à l'objectif de diversité et assurer la richesse des données, d'autres critères ont été considérés :

- L'âge de l'entrepreneur
- Situation familiale
- Niveau d'éducation et expérience professionnelle
- Secteur d'activité

En plus d'assurer un échantillon varié, le choix de ces critères a pour but de permettre une meilleure compréhension du processus entrepreneurial en tenant compte des spécificités des acteurs entrepreneurs. Ces critères sont susceptibles d'avoir une incidence sur le déroulement du processus entrepreneurial et peuvent même être parmi les facteurs qui accentuent ou limitent les écarts relevés chose que nous allons découvrir lors de la présentation des résultats.

⁵¹Le TEA est constitué de : Personnes engagées dans des activités de création d'une entreprise entre 0 et 3 mois (entrepreneurs naissants) ; Personnes impliquées en tant que propriétaire/dirigeant d'une nouvelle entreprise de moins de 42 mois (nouveaux entrepreneurs).

Une considération importante dans l'échantillonnage est celle du nombre de cas à sélectionner. Dans la recherche qualitative, il s'agit de juger de la taille optimale pour le but prévu de l'étude (Neergaard and Uihøi, 2007). Les chercheurs devraient idéalement cesser d'ajouter des cas lorsque la saturation théorique est atteinte (Eisenhardt, 1989). Selon Glaser et Strauss (1967) la saturation théorique est le point auquel l'apprentissage incrémentiel est minimal car les chercheurs observent des phénomènes observés auparavant (Baker, Waterfield et Bartlam, 2018). Nous justifions l'atteinte de la saturation par catégorie dans la section suivante.

1.2.2 Echantillon Sélectionné

Combien de personnes vais-je inclure dans mon étude? Cette question est difficile dans le cadre d'une recherche qualitative/interprétative car il n'y a pas de paramètres statistiques pour juger de la représentativité de l'échantillon. Toutefois, Le critère de saturation théorique développé par Glaser et Strauss (1967) est certainement utile. La question du nombre reste cependant arbitraire car elle n'est encadrée par aucune règle précise, mais plutôt par une forme de « jurisprudence » ou de traditions de recherches pour un objet donné (Savoie-zajc, 2007).

Par ailleurs, la sélection de l'échantillon concerne les personnes qui participeront à l'étude empirique. Il est admis que la sélection de l'échantillon doit être justifiée afin d'éviter des biais significatifs dans les résultats. En effet, il existe trois types d'entrepreneurs différents, à savoir les entrepreneurs naissants ou potentiels, actuels et les ex-entrepreneurs ou entrepreneurs en situation d'échec. Au tout début, nous avons ciblé les trois catégories des entrepreneurs. Toutefois, il s'est avéré après quelques rencontres que la majorité des entrepreneurs potentiels n'avaient pas une expérience riche puisqu'ils étaient à des phases précoces du processus amont (propension et intention). Les entrepreneurs en situation d'échec étaient un peu réticents et sensibles au sujet. Nous nous sommes ainsi décidée de se concentrer principalement sur les entrepreneurs actuels (en activité depuis 42 mois au maximum). En outre, on peut affirmer que ces entrepreneurs correspondent au mieux à notre échantillonnage ciblé puisqu'ils sont informateurs et leur expérience entrepreneuriale nous renseigne sur toutes les phases du processus entrepreneurial amont ainsi que les facteurs qu'ils jugent positifs ou négatifs pour la concrétisation de leur intention entrepreneuriale.

Notre base d'échantillonnage a été constituée grâce à notre réseau. Par exemple, la directrice de la CGEM Settat-Berrchid qui est également membre de l'Association des Femmes chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM), nous a fourni une liste très complète de nombreux(ses) entrepreneur(e)s dans différents secteurs et régions du pays. Nous avons également repéré des entrepreneurs grâce à leur témoignage durant des événements auxquels nous avons assisté. Certains participants ont été garantis par un échantillonnage boule de neige. L'échantillonnage boule de neige est « *une méthode d'échantillonnage en chaîne qui s'appuie sur les recommandations des sujets de départ pour générer d'autres participants* »(Johnston and Sabin, 2010, p. 39).

Concrètement notre processus d'échantillonnage a été réalisé en tenant compte de la réputation des personnes et la richesse de leur expérience sous le respect des critères susmentionnés. Ce processus d'échantillonnage peut être décrit en deux temps :

Nous avons dans un premier temps élaboré en Septembre 2019 une liste des entrepreneurs potentiellement sélectionnables avec l'aide de notre réseau. Nous avons pris contact avec l'ensemble des entrepreneurs (30) dans le but d'appréhender pour chaque cas, d'une part sa disponibilité pour un entretien, et d'autre part l'adéquation de ses caractéristiques avec les critères déterminés. Parmi les trente entrepreneurs contactés, douze ont accepté de collaborer et correspondaient aux critères. Dans cette phase, deux entrepreneurs nous ont également été recommandés par des professionnels de l'accompagnement entrepreneurial, ce qui nous a permis de constituer un premier échantillon de 14 entrepreneurs. La première vague d'entretiens a été menée en Novembre 2019 en face à face.

Nous avons mené dans un second temps une deuxième vague d'entretiens individuels avec cinq entrepreneurs supplémentaires en juin et Juillet 2020 afin d'atteindre la saturation théorique. Le décalage entre les deux vagues d'entretiens est dû aux circonstances liées à la pandémie du Covid-19. Lors de cette période les entretiens ont eu lieu en visioconférence. Nous avons mis fin au processus d'échantillonnage après avoir analysé les données collectées en juillet 2020. L'échantillon a été arrêté à 19 cas (13 femmes et 6 hommes) dont les caractéristiques détaillées sont présentées en Annexe 2. Notre échantillon comprend des entreprises naissantes et nouvelles ne dépassant pas 42 mois d'activité (critère GEM), des entrepreneurs de nécessité (E.1, E.2, E.3, E.10, E.11, E.14, E.15, E.16, E.17, E.18 et E.19) et d'opportunité (E.4, E.5, E.6, E.7, E.8, E.9, E.12 et E.13), des entreprises formelles (E.2, E.3, E.4, E.5, E.6, E.7,

E.8, E.9, E.10, E.11, E.12 et E.13), en cours de formalisation (E.14, E.15) et informelles (E.1). De même l'échantillon rend compte, d'une diversité des secteurs d'activités (couture, assurance, événementiel, production cinématographique, consulting, travaux d'aménagement et autres). Les entrepreneurs disposent d'expériences entrepreneuriales et professionnelles différentes et sont âgés de 21 à 49 ans. En outre, les niveaux d'éducation des entrepreneurs varient du niveau brevet au doctorat. En termes de situation familiale, notre échantillon est composé d'entrepreneurs célibataires, d'autres mariés avec et sans enfants.

La nature qualitative et exploratoire du présent travail de recherche et le processus d'entrevue face à face et en visioconférence ont produit une quantité importante de données à analyser par le chercheur. Nous avons arrêté notre échantillon à 19 cas puisqu'ils étaient très informatifs. En outre, la saturation par catégorie a partiellement été atteinte. En effet, les quatre catégories retenues à savoir : les entrepreneurs d'opportunité, les entrepreneurs de nécessité, les entrepreneurs féminins et les entrepreneurs masculins, avaient des réponses qui se ressemblent à certaines questions et ne permettaient plus d'enrichir les données au fur et à mesure que les entretiens s'enchaînent. Toutefois, chaque cas est passé par des situations particulières et avait une expérience plus ou moins différente des autres. En fait, atteindre la saturation des données reste un processus mystérieux, subjectif, non linéaire, progressif et non fixé (Aldiabat, 2018). Ainsi, pour justifier la richesse de nos données et la validité de nos résultats nous avons procédé à la triangulation des méthodes de collecte de données en mobilisant en plus des entretiens individuels des focus groupe.

2. Processus de collecte et d'analyse des données

Pour mieux appréhender l'étude empirique réalisée, cette section vise à présenter les méthodes de collecte et d'analyse mobilisées. Il s'agit de recueillir auprès de l'échantillon présenté ci-haut les informations utiles et les traiter afin d'atteindre notre objectif de recherche. Gartner et al.(1992) critiquent les méthodologies de collecte employées dans la recherche en entrepreneuriat, faisant valoir qu'elles n'explorent pas la réalité du processus et qu'il faudrait accorder plus d'importance à ce que les entrepreneurs disent de leur comportement pour comprendre ce qu'ils ont réellement fait. Pour reprendre les mots de Clifford Geertz, *«si vous voulez comprendre ce qu'est une science, vous devriez regarder en premier lieu non pas ses théories ou ses*

découvertes, et certainement pas ce que ses apologistes en disent; vous devriez regarder ce que font ses praticiens » (Neergaard and Ulhøi, 2007, p. 308). Nous avons ainsi opté pour l'entretien approfondi puisqu'il permet au chercheur de mieux comprendre la position du répondant et permet au répondant de raconter son histoire comme il le souhaite et d'identifier les problèmes qui lui sont importants. (Javadian, Gupta et Knights, 2016).

2.1 Collecte de données qualitatives : les techniques mobilisées

L'objectif de l'adoption des méthodes qualitatives étant d'explorer en profondeur les expériences et les perceptions des entrepreneurs, le choix des techniques de collecte adéquates devient un élément crucial dans notre processus de recherche.

Les techniques de collecte de données mobilisées dans ce travail de recherche sont : les entretiens individuels et les groupes de discussion (Focus Group). En effet, il a été révélé que les entrevues sont plus efficaces lorsqu'elles sont accompagnées d'autres méthodes de collecte de données (analyse du contenu, groupes de discussion et données d'archives) (Javadian, Gupta and Knights, 2016).

2.1.1 *Les entretiens semi-directifs comme méthode principale de collecte de données*

Les entretiens sont des techniques de collecte d'informations par le biais d'un guide d'entretien utilisant un ensemble de questions de base préétablies. Les entretiens peuvent être menés par téléphone ou en face à face et bien que la réalisation des entretiens en face à face prenne plus de temps et puisse être plus difficile à organiser car les entrepreneurs sont extrêmement occupés, l'adoption de cette méthode présente de nombreux avantages. Les entretiens en face à face permettent au chercheur de collecter de plus amples informations, de clarifier les réponses et d'observer le comportement non verbal du répondant (Reynolds, 2000). De plus, au cours d'un entretien en face à face, le chercheur peut être en mesure d'établir un bon rapport avec le répondant, ce qui peut augmenter la probabilité de réponse à des questions délicates (Ibid.) Ceci est particulièrement important car la recherche porte sur le processus entrepreneurial et cela inclut des questions potentiellement sensibles tels que l'accès au financement et les motivations initiales.

Selon les besoins et la conception, les entretiens peuvent être ouverts, structurés et semi-structurés. Un entretien structuré ou directif utilise des questions fermées et peut

obliger les répondants à sélectionner des réponses qui ne reflètent pas entièrement leurs opinions. À l'extrémité opposée se trouve le format d'entretien non structuré ou ouvert. Dans ce cas, le chercheur ne poserait que la question d'ouverture et permettrait ensuite au répondant de continuer à partir de là (Cope, 2005). Cependant, cette méthode ne permet pas la collecte systématique d'un certain nombre d'informations de base qui peuvent être utilisées pour comparer et contraster les répondants.

Dans ce travail de recherche nous avons opté pour le troisième type d'entretiens. Il s'agit de l'entretien semi-structuré ou semi-directif. Cette méthode d'entretien regroupe des caractéristiques à la fois des entretiens structurés et non structurés et utilise des questions fermées et ouvertes. Afin d'être cohérent avec tous les participants, l'enquêteur a un ensemble de questions de base établie à priori à titre indicatif de sorte que les mêmes domaines soient couverts avec chaque personne interrogée. Au fur et à mesure que l'entretien progresse, la personne interrogée a la possibilité d'élaborer ou de fournir des informations plus pertinentes si elle choisit de le faire. Cela offre de la flexibilité et permet au chercheur de suivre les pistes et de corriger les incohérences. L'entretien semi-structuré permet donc au chercheur de rassembler des d'informations riches en fonction de ses besoins et de sa problématique (Creswell, 1998). Ainsi, la force inhérente à l'entretien semi-structuré est la flexibilité qu'il confère d'où notre choix pour cette méthode comme technique principale de collecte de données. Toutefois, plusieurs recherches ont révélé que les entrevues sont plus efficaces lorsqu'elles sont accompagnées d'autres méthodes de collecte de données (analyse du contenu, groupes de discussion et données d'archives) (Javadian, Gupta and Knights, 2016).

2.1.2 Les groupes de discussion (Focus group) pour initier et clore l'étude empirique

Dans la recherche qualitative, l'une des procédures qui contribuent à garantir une rigueur scientifique est la triangulation. Elle consiste pour l'essentiel en la superposition et la combinaison de plusieurs perspectives. Pour notre cas, nous avons opté pour la triangulation des outils de collecte de données qui renvoie à l'usage en plus des entretiens semi-directifs des focus-groups.

La méthode des focus groupes (groupes focalisés ou de discussions) est une méthode qualitative de recueil des données. Il s'agit d'une technique d'entretien de groupe, un

groupe de discussion semi structuré, modéré par un animateur neutre en présence d'un observateur, qui a pour but de collecter des informations sur un nombre limité de questions définies à l'avance (Rispal, 2002).

Les groupes de discussion sont un moyen populaire d'obtenir des opinions et des perceptions d'un groupe d'individus potentiellement diversifié. Il n'y a pas de «taille idéale» pour un groupe de discussion, mais il est généralement admis que quatre à douze membres est un nombre efficace (Ibid.). Blackburn and Stokes (2000) notent que les groupes de discussion peuvent être utilisés dans toutes les situations où les perceptions ou opinions des gens sont intéressantes. L'un des principaux avantages attribués aux groupes de discussion est les informations supplémentaires qui peuvent être tirées de l'interaction des membres du groupe. Il a également été suggéré que les participants pourraient se sentir plus à l'aise de partager leurs sentiments et leurs expériences au sein d'un groupe de pairs que lors d'un entretien individuel avec un chercheur (Blackburn et Stokes, 2000). Pour notre étude nous avons mené deux focus groupes avec la casquette de chercheur observateur (Rispal, 2002). Ici le chercheur n'est pas à l'origine de la réunion du groupe et du thème évoqué mais il est plutôt invité par un acteur terrain afin de participer et joue ainsi un rôle secondaire.

Le premier Focus groupes « *Focus group initial* » a eu lieu avant le démarrage des entretiens individuels afin d'explorer le terrain, se familiariser et s'initier à cette problématique dans le contexte marocain. Le second groupe de discussion « *Focus group final* », a été mené après les entretiens semi-directifs afin d'enrichir davantage les données collectés, stabiliser les résultats et s'assurer de la saturation des données.

2.2 Design du guide d'entretien

Les axes du guide d'entretien ont été élaborés après une revue compréhensive de la littérature et ajustée après le focus group initial (FGI). En effet les résultats de la RL présentés dans le second chapitre de ce travail nous ont orientés vers les questions à poser pour comprendre les écarts relevés. Des questions spécifiques ont également été incluses pour aider à explorer les fondements théoriques de la recherche. On a également pris soin de ne pas inclure de questions directrices. Le guide d'entretien complet est joint à l'annexe 1 . Néanmoins, le guide d'entretien n'a pas été suivi strictement dans l'ordre dans lequel les questions sont énumérées pour permettre une flexibilité dans le flux conversationnel (Lillis, 1999). La flexibilité de l'approche

qualitative facilite également le processus par lequel le chercheur peut apprendre des entretiens précédents et ajuster le processus pour refléter les nouvelles connaissances acquises. Il y a donc la possibilité d'une réflexion continue sur la recherche et l'inclusion de nouvelles questions si nécessaire. Ainsi, au fur et à mesure que les entretiens avançaient, quelques nouvelles questions ont été ajoutées pour explorer les problèmes pertinents qui avaient été soulevés lors des entretiens précédents.

La nature du sujet a également jugé nécessaire de poser des questions sensibles lors de l'entretien. Par exemple des questions sur le financement du projet, des questions plus intimes concernant les rapports avec le conjoint et la famille pré et post-crédation. Pour s'assurer que les interviewés ne se sentent pas obligés de répondre aux questions avec lesquelles ils n'étaient pas à l'aise, nous avons souligné que le répondant n'était pas obligé de répondre aux questions auxquelles il ne souhaitait pas répondre. Toutefois, l'étude empirique n'a fait apparaître aucune réticence de la part des répondants, au contraire ils se sont montrés très collaboratifs en partageant leur expérience avec toute honnêteté et enthousiasme jusqu'à même évoquer des situations d'harcèlement et de dépressions vécues.

L'entretien couvre les points suivants :

- Présentation de l'entrepreneur/entrepreneur naissant
- Présentation de l'entreprise/projet
- Spécificités du processus entrepreneurial

Tout au long du processus de collecte des données, des considérations éthiques ont été prises en compte. Avant que le processus de collecte de données ne soit lancé, tous les répondants étaient assurés que leurs réponses resteraient confidentielles et que leur anonymat serait garanti. L'introduction à la recherche a également permis au chercheur et au répondant de discuter du format de l'entrevue. Cela a également permis au chercheur de demander l'autorisation aux participants pour enregistrer l'entretien. Il a également été souligné aux participants qu'ils n'avaient pas à répondre à des questions auxquelles ils ne souhaitaient pas répondre. Lors de la collecte, les données ont été stockées en toute sécurité. Une fois la recherche terminée, les participants recevront un résumé des résultats de la recherche en signe de remerciement pour leur implication.

Au total, nous avons mené dix-neuf (19) entretiens approfondis et chaque séance a duré en moyenne 54 min. La durée de l'entretien varie de 10 min à 100 min étant

donné qu'au début de l'enquête nous avons ciblé les entrepreneurs potentiels mais il s'est avéré que ces cas n'étaient pas très informatifs et concernent une seule phase du processus à savoir la propension entrepreneuriale.

La majorité des entretiens ont été conduits en français afin d'éviter les biais liés à la traduction. Pour ceux réalisés en arabe, nous avons pris le soin de traduire et de revoir les éléments cruciaux de l'entretien avec l'interviewé à la fin de la transcription pour s'assurer que la cohérence des propos exposés est garantie.

2.3 Analyse des données empiriques

L'analyse des données qualitatives est potentiellement exposée à un biais significatif puisqu'elle repose sur des interprétations et des classifications que le chercheur prend le soin de mettre en place. Cette section expose le processus d'analyse des données emprunté pour éviter ces menaces.

Comme toutes les autres formes d'analyse des données, l'analyse des données qualitatives implique des processus de réduction ou de synthèse, de classification et d'interprétation (Lillis, 1999). L'une des raisons pour lesquelles certains chercheurs éprouvent un "manque de confiance" dans les études qualitatives réside dans l'absence de techniques établies pour garantir que l'analyse des données est à la fois complète et objective (Anadón, 2019). À l'encontre des études quantitatives où les tests statistiques sont bien établis et largement compris, l'analyse des données qualitatives est moins structurée. Il est question de savoir dans quelle mesure les propositions formulées par le chercheur sont soutenues par les données, si des propositions alternatives potentielles ne seront pas "négligées", si tous les cas ont été systématiquement évalués avant que les propositions ne soient formulées, si le chercheur n'a vu que ce qu'il avait prévu de voir dans les données et si le processus est reproductible (Paillé and Mucchielli, 2016).

Avant d'entamer l'analyse des données proprement dite, les entretiens enregistrés ont été transcrits sur plus de 130 pages Word représentant 42 375 mots (exemple en annexe 3). L'ensemble des données ont été traitées et codées et organisées sur le tableur Excel. Toutefois, il est crucial de noter que les phases de collecte, traitement et analyse sont étroitement liées et se déroulent presque simultanément (Miles and Huberman, 1994).

Dans le cadre de ce travail nous avons opté pour la méthode d'analyse thématique.

Dans le cas de cette recherche, l'analyse des données a commencé par la collecte, et au fur et à mesure que les entretiens s'achèvent leur traitement et analyse s'enchaînent et des indications supplémentaires pour les prochains entretiens se manifestent. Cet aller-retour entre le recueil des données et leur analyse a des apports importants tant au niveau de la qualité des données recueillies qu'au niveau de la profondeur et de la vraisemblance des interprétations faites (Mukamurera *et al.*, 2006). Tout d'abord, cela nous a permis de détecter à temps les données manquantes et de revisiter notre guide d'entretien pour obtenir les précisions nécessaires pour la bonne compréhension du processus entrepreneurial (ce qui justifie la durée plus longue des derniers entretiens). En effet, le fait d'alterner collecte et analyse des données permet de maximiser la validité des résultats (Paillé and Mucchielli, 2016). Ensuite, cela permet de vérifier les premières conclusions et s'assurer de leur plausibilité. Et finalement, ce passage permet d'atteindre la saturation des données puisqu'il nous renseigne à temps sur les cas à approcher pour que l'échantillon soit le plus représentatif (théoriquement parlant).

Par ailleurs, les données textuelles recueillies (130 pages word) représentent un volume considérable et apparaissent très complexes ce qui nous amène à les condenser, les réduire en quête de sens. Cette opération renvoie au codage des données.

Le codage constitue le processus par lequel le contenu d'un texte, un discours ou une image est découpé en unités d'analyse ou unités de sens puis rattaché à des catégories définies à priori ou à posteriori (Allard-Poesi and Perret, 2014). Il tire ses racines de la théorie ancrée (*grounded theory*) et doit son développement aux références centrales de Strauss et Corbin (1998) et Miles et Huberman (2003) (Ayache et Dumez, 2012).

D'après l'objectif de notre recherche et le raisonnement abductif appliqué, la stratégie de codage est mixte, regroupant des catégories définies à travers les résultats issus de la RL (*a priori*) et des catégories émergentes du terrain (*a posteriori*).

Un cadre de codage détaillé a donc été élaboré selon le schéma suivant :

Figure 21 : processus de codage des données



Source : Auteur à partir de la littérature

Ainsi, nous avons opté dans le cadre de ce travail pour une méthode d'analyse thématique. Cette méthode procède « *systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus* » (Paillé et Mucchielli, 2016, p. 236). Ce choix renvoie au fait que cette méthode est adaptée pour comprendre des processus en les comparant. Par cette méthode, l'inférence au travers des catégories ou des thèmes est faite par comparaison systématique durant le processus d'analyse en intra-cas et en inter-cas. Nous allons comparer systématiquement les données codées d'une part, de chaque entrepreneur, et d'autre part, entre les dix-neuf entrepreneurs de l'échantillon.

Afin de nous faciliter le dialogue avec la littérature et simplifier par la même occasion la complexité des données, quatre thèmes ont été préalablement définis : individu, environnement, projet et processus. Ces thèmes correspondent au cadre développé par Gartner (1985) pour décrire la création d'une nouvelle entreprise. Il considère qu'aucune création d'entreprise nouvelle ne peut être cernée, à moins que les quatre dimensions ne soient explorées et leurs différentes interactions relevées.

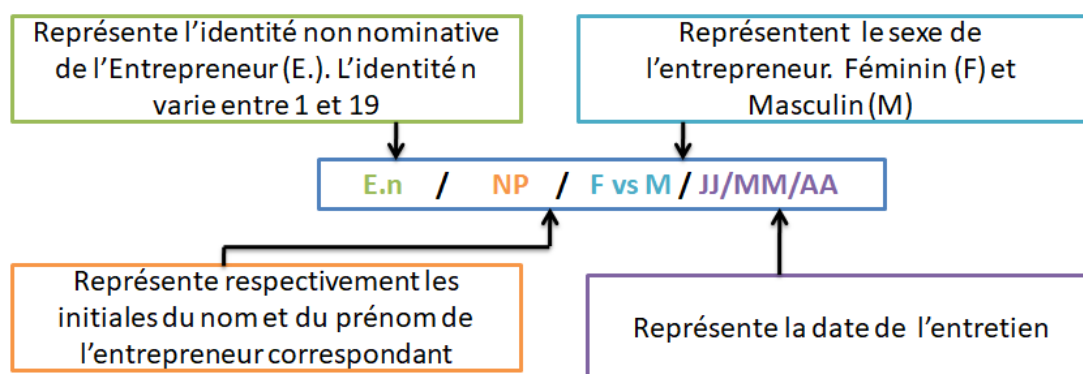
Ensuite nous avons procédé au codage des données textuelles en s'inspirant du codage artisanal⁵² développé par Deslauriers (1991) et finalement à leur analyse. Concrètement, notre démarche d'analyse des données correspond aux étapes suivantes :

- Référencement des entretiens (Figure 22) ;
- Lecture du contenu des entrevues transcrites sur Word ;
- Identification des éléments d'information ou unités de sens (surlignage en couleur) ;
- Codage des éléments en marge (en écriture) ;

⁵² Le codage artisanal consiste généralement en surlignage en couleur, en écriture de codes et remarques en marge, en numérotation de paragraphes pour pouvoir s'y retrouver, pour finalement constituer des fiches thématiques selon la technique du couper-coller.

- Découpage des entretiens et regroupement des unités de sens dans des sous-catégories puis des catégories (arbre thématique en Annexe 3);
- Organisation de l'ensemble des éléments (Référencement, unité de sens, sous-catégorie, catégorie et thème) dans un tableau Excel (extrait du tableau en Annexe 4) ;
- Double codage
- Analyse inter et intra-cas
- Interprétation des données sur la base des objectifs de recherche.

Figure 22: Référencement des entretiens



Source : Auteur

Au cours du processus de codage et d'analyse des données, nous avons examiné les données à plusieurs reprises afin d'identifier les modèles émergents. Nous avons également tenté de résister à la tentation de "sur-codage" en empêchant le nombre de codes à monter en flèche. Ainsi, le cadre de codage a été continuellement examiné et révisé pour vérifier les redondances. L'élaboration du cadre de codage était un processus itératif qui nécessitait un perfectionnement constant. Nous avons également pris de nombreuses notes au cours du processus de codage sur des modèles intéressants et des catégories émergentes, ce qui nous a permis de comprendre les thèmes émergents et creuser les zones d'ombre dans les entretiens qui suivent. Une fois le travail terminé et après un certain temps, nous avons réexaminé les données et le cadre de codage pour revoir les codes attribués afin de les considérer à nouveau et de réfléchir à la validité du codage, en y apportant des révisions mineures. A la fin de ce processus, le codage a permis de découper les textes transcrits en 687 unités de sens, de faire émerger 169 sous-catégories et 38 catégories correspondants aux trois thèmes définis plus haut (extraits du tableau de codage en annexe 4). Pour s'assurer de

la fiabilité et la validité du codage, nous avons procédé au double codage des données collectées. En effet, Huberman et Miles (1991) préconisent de faire coder séparément une partie des données par un chercheur extérieur à la recherche. La comparaison des codes attribués à chaque incident par les deux chercheurs permet de définir la fiabilité du codage (Saubesty, 2006). Dans le cadre de cette recherche le double codage a porté sur 20% des données collectées et a été réalisé soigneusement par une collègue, chercheuse en entrepreneuriat et entrepreneure. Le taux de concordance inter codeur qu'on peut également appeler taux de fiabilité entre codeurs a atteint les 94% et a été calculé comme suit : $\text{Fiabilité} = \frac{\text{nombre d'accords}}{\text{Nombre total d'accords} + \text{désaccords}}$. Par ailleurs, les étapes composant cette démarche d'analyse de données ne sont pas forcément séquentielles, certaines d'entre-elles ont été réalisées concomitamment.

Conclusion du chapitre 4

La rédaction de ce chapitre a été un des temps forts de cette recherche. La nature de notre recherche a guidé notre choix pour l'approche qualitative et nous a permis de découvrir le charme de l'aventure doctorale au goût des mots, des sensations et des expériences telles quelle sont vécues par les jeunes entrepreneurs marocains. Si pendant longtemps la recherche qualitative a été la cible des critiques lui reprochant de manquer de validité, d'objectivité, voire de scientificité, elle a connu au fil des années un développement notable lui permettant de mieux se positionner dans le monde de la recherche. Toutefois, pour chaque travail s'inscrivant dans cette approche, l'adoption d'une démarche méthodologique rigoureuse est cruciale pour éviter de compromettre les résultats de la recherche. Ainsi, le détour que nous venons de faire sur la posture épistémologique et la démarche méthodologique adoptées dans le présent chapitre avait pour objectif de fournir et justifier nos choix, démontrer la rigueur du processus de recherche emprunté, la crédibilité, cohérence, fiabilité et transférabilité des résultats et par conséquent la scientificité de la recherche.

En effet, plusieurs auteurs ont reproché aux études qualitatives d'être subjectives. Une critique à laquelle nous étions très sensibles, et qui nous a poussé à accorder une grande importance à la transparence de notre processus d'analyse en vue d'obtenir des résultats cohérents et crédibles. Ainsi, nous avons essayé d'explicitier tout au long de ce chapitre notre processus de recherche et mobiliser un large éventail de procédures pour accroître la fiabilité de notre rendu.

La constitution de notre échantillon a ainsi tenté de répondre au critère de la pertinence théorique. En effet, bien que restreint, l'échantillon est sélectionné pour répondre aux objectifs de la recherche, il est très diversifié, et il répond au critère de la saturation par catégories. Nous avons également procédé à une description détaillée des profils des entrepreneurs et de leur expérience en dressant un portrait sommaire (voir chapitre 5) de chacun d'entre eux pour mieux rapprocher le lecteur de la réalité de l'entrepreneuriat dans le contexte marocain et permettre de mieux comprendre les résultats du présent travail et les conclusions formulées. La matérialisation de ce processus ainsi que les résultats obtenus feront l'objet du prochain chapitre.

Chapitre 5.

Le processus entrepreneurial à l'épreuve du genre au Maroc

Introduction du chapitre 5

L'entrepreneuriat varie d'un pays à l'autre, d'une région à une autre, au fil du temps et selon les individus (Reynolds *et al.*, 2001). La considération du contexte local spécifique à la culture entrepreneuriale et aux caractéristiques différenciées des entrepreneurs devient pertinente et primordiale pour mieux appréhender le phénomène entrepreneurial ainsi que les facteurs clés du développement des entreprises (Brière and Tremblay, 2017).

Compte tenu de la diversité des contextes, plusieurs auteurs soulignent la nécessité de produire davantage de recherches qui permettent d'apprécier les besoins d'une diversité d'entrepreneurs, notamment les femmes (Henry, Foss and Ahl, 2016; Brière and Tremblay, 2018), et soulèvent l'importance de développer des modèles de soutien personnalisés tenant compte des particularités locales.

Dans le présent travail, le processus entrepreneurial est abordé comme une construction sociale et comme un processus sensible à la diversité et au changement social (Ahl et Marlow , 2012; Javadian, Gupta et Knights, 2016). En effet, Les processus entrepreneuriaux surgissent à l'intérieur, se forment à travers des processus sociaux, économiques et culturels qui se manifestent en place en tant que contexte (Gaddefors and Anderson, 2017). Nos résultats tiendront ainsi compte des facteurs personnels et environnementaux susceptibles de favoriser ou limiter l'esprit d'entreprise.

Le but de ce chapitre est donc de présenter les principaux résultats de notre recherche. Il a pour objectif de présenter le processus entrepreneurial retracé à la suite de l'analyse des trajectoires entrepreneuriales des marocains, femmes et hommes, et leur différents cadres d'émergence dans le contexte marocain afin de comprendre l'impact possible du genre sur l'expérience entrepreneuriale. Pour se faire, nous allons explorer dans un premier temps les caractéristiques des répondants et le cadre d'émergence de leur esprit entrepreneurial dans le but de contextualiser leur situation. La deuxième section exposera les spécificités de chaque phase du processus entrepreneurial et permettra par conséquent de relever les différents facteurs susceptibles d'accentuer ou

de limiter l'écart du genre et l'écart entre l'intention et l'acte entrepreneurial dans le contexte marocain.

Section 1 : Les entrepreneurs en contexte

L'entrepreneuriat au Maroc connaît une grande diversité non seulement d'une région à l'autre, mais aussi selon les secteurs d'activité et chez les différents profils d'entrepreneurs. Afin de saisir le processus entrepreneurial dans sa complexité et dans la diversité de ses contextes, notre échantillon regroupe des profils très variés aussi bien au niveau matrimonial qu'au niveau du parcours, l'âge, le sexe, l'activité, la région et le type d'entrepreneuriat engagé (nécessité, opportunité).

Selon le rapport du GEM il s'est avéré qu'il y a un écart alarmant entre l'intention entrepreneuriale et le TEA dans notre pays. En effet selon le dernier rapport 2019-2020, l'intention entrepreneuriale des marocains a atteint les 41,9% en 2019 face à un TEA d'uniquement 11.4%. En outre, la répartition du TEA selon le genre fait ressortir le second écart que nous considérons dans cette recherche à savoir l'écart du genre. Le TEA masculin (15.1%) fait à-peu-près le double du TEA Féminin (7.8%). Cette petite introduction a été présentée à notre échantillon pour les mettre en situation avant d'entamer les entretiens. L'objectif est que les interviewés puissent à travers leurs réponses et le récit de leur expérience entrepreneuriale mettre en exergue les facteurs qui ont contribué ou limité la concrétisation de leur intention entrepreneuriale ainsi que leur perception de l'impact du genre sur le déroulement du processus entrepreneurial.

I. Variété des profils des entrepreneurs

Comme il a été discuté dans la méthodologie, nous avons contacté de nombreux entrepreneurs pour demander leur participation à notre étude empirique. L'échantillon final constitué pour mener les entretiens semi-directifs est composé de dix-neuf entrepreneurs avec des caractéristiques différentes ayant développé leur projet entrepreneurial sur différentes régions du pays.

Tableau 23 : localisation géographique des interviewés

Région	Nombre d'entrepreneurs
Fès-Meknès	1

Rabat-Kenitra	1
Settat-Casablanca	16
Marrakech-Safi	1

Source : Auteur

Comme l'illustre le Tableau 23, les répondants provenaient de quatre régions du Maroc, avec des entrepreneurs opérant à la fois en milieu rural et urbain. Cependant, on constate une forte représentation des entrepreneurs de la région Casablanca-Settat pour trois raisons : la première est notre base d'échantillonnage qui a été constituée à l'aide de la directrice de la CGEM Settat-Berrchid. La seconde est notre méthode d'échantillonnage ciblé qui consiste à sélectionner les acteurs les plus informatifs que nous avons désigné lors de notre prise de contact téléphonique. La troisième et dernière raison est liée à l'échantillonnage boule de neige. En effet les entrepreneurs recommandés relèvent également de cette région.

1. Des entrepreneurs aux caractéristiques variées

Ce travail de recherche nous a permis de découvrir la réalité de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs marocains. Des rencontres riches et passionnantes qui ont donné vie au background théorique que nous avons accumulé tout au long de notre cursus universitaire notamment durant nos cinq années de thèse. Entre hommes et femmes, ceux qui ont entamé leur aventure entrepreneuriale par nécessité ou opportunité, jeunes aussi bien que moins jeunes, les profils des entrepreneurs sont très variés et chaque expérience est unique.

1.1 Un échantillon varié pour cerner la diversité

L'objectif de notre processus d'échantillonnage était de construire l'échantillon le plus varié possible. Le but étant de comprendre le processus entrepreneurial dans sa diversité et d'identifier ses facteurs explicatifs dans le contexte marocain. Un aperçu des caractéristiques de notre échantillon est présenté dans le tableau ci-dessous.

Tableau 24: Un échantillon varié

Entrepreneur	AGE	Statut	Activité	Statut et année de création	Employés	Local commercial	Exercice de l'activité
Femmes							
E.1	49	Mariée	Couture	-	-	oui	Plein temps
E.2	42	Mariée	Cuisine et pâtisserie	Association	-	oui	Plein temps
E.3	25	Célibataire	Textile	SARL/ 2018	8	oui	Plein temps
E.4	36	Divorcée	Conseil	SARL/2019	-	Non	Plein temps
E.5	34	Mariée	Décoration	SARL/2016	2	oui	Plein temps
E.6	40	Mariée	Agencement	SARL/2018	2	oui	Plein temps
E.7	28	Célibataire	Espace de Coworking	SARL/2018	2	oui	Plein temps
E.8	33	Célibataire	Conseil	SARL/2018	-	non	Plein temps
E.9	26	Mariée	Accompagnement	SARL/2019	7	oui	Plein temps
E.14	28	Célibataire	Haute couture	-	5	oui	Plein temps
E.15	30	Mariée	Textile	-	3	oui	Plein temps
E.16	29	Mariée	Evénementiel	Auto-entrepreneur/ 2018	2	non	Plein temps

E.17	27	Célibataire	Espace de coworking	Auto-entrepreneur/ Personne physique/2020	-	oui	Partiel
Hommes							
E.10	21	Célibataire	Animation	Auto-entrepreneur/2018	10	non	Plein temps
E.11	28	Célibataire	Animation	Auto-entrepreneur/2017	10	oui	Plein temps
E.12	31	Célibataire	Assurance	SARL/2018	2	oui	Partiel
E.13	33	Marié	Conseil	SARL/2018	?	oui	Partiel
E.18	27	Célibataire	Production cinématographique	SARL/2017	30-40	oui	Plein temps
E.19	25	Célibataire	Cosmétique	Personne physique	4	oui	Partiel

Source : Auteur

1.1.1 L'âge des entrepreneurs

Notre échantillon est constitué d'entrepreneurs âgés de 21 à 49 ans. En ce qui concerne leur âge au démarrage de leur entreprise, le thème qui s'est dégagé des entretiens approfondis était que les entrepreneurs ont démarré leur entreprise après avoir acquis une certaine expérience professionnelle ou une formation post universitaire généralement à l'âge de 23 à 30 ans. Cela reflète une constatation antérieure selon laquelle la probabilité de travailler à son compte augmente à mesure que l'expérience professionnelle se développe. Cela est particulièrement le cas dans les secteurs des services aux entreprises car le futur entrepreneur peut mettre du temps à acquérir les qualifications, les compétences et l'expérience nécessaire pour se lancer dans le secteur. À l'opposé, il est également intéressant de noter la présence d'entrepreneurs qui se sont lancés en entrepreneuriat dès l'obtention de leur diplôme mais cela concerne surtout ceux ayant développé une forte intention entrepreneuriale tout au long de leur cursus scolaire ou universitaire et qui se sont lancés spécialement dans des projets qui ne nécessitent pas forcément une grande expérience professionnelle notamment la couture, le textile ou la restauration.

1.1.2 Statut de l'entreprise

Comme illustré dans la Figure 23, les entrepreneurs de notre échantillon exploitent leur entreprise sous différents statuts. On distingue les auto entrepreneurs (E.10, E.11, E.16 et E.17), les sociétés à responsabilité limitée (E. 3, E.4, E.5, E.6, E.7, E.8, E.9, E.12, E.13, E.14, E.15, E.16, E.17 et E.18), les entreprises individuelles (E. 19, E.17) et une association (E.2). Nous constatons que la SARL est la préférée des entrepreneurs en raison de cette notion de responsabilité limitée. Les entrepreneurs qui exploitent cette forme de société sont plus susceptibles de prendre des risques financiers et d'assumer des dettes, car ils ne sont responsables que dans la limite de leurs apports.

Institué par la loi 114.13, la mise en vigueur du statut de l'auto entrepreneur en 2014 a connu un grand succès à son tour. Nous constatons a priori que ce statut constitue un abri pour les entrepreneurs de nécessité puisqu'il présente plusieurs avantages. Il offre aussi bien aux porteurs de projets qu'aux entrepreneurs relevant du secteur informel une alternative intéressante pour donner vie à leurs projets dans le respect des lois en vigueur. Dans la même lignée, l'entreprise individuelle, également appelée

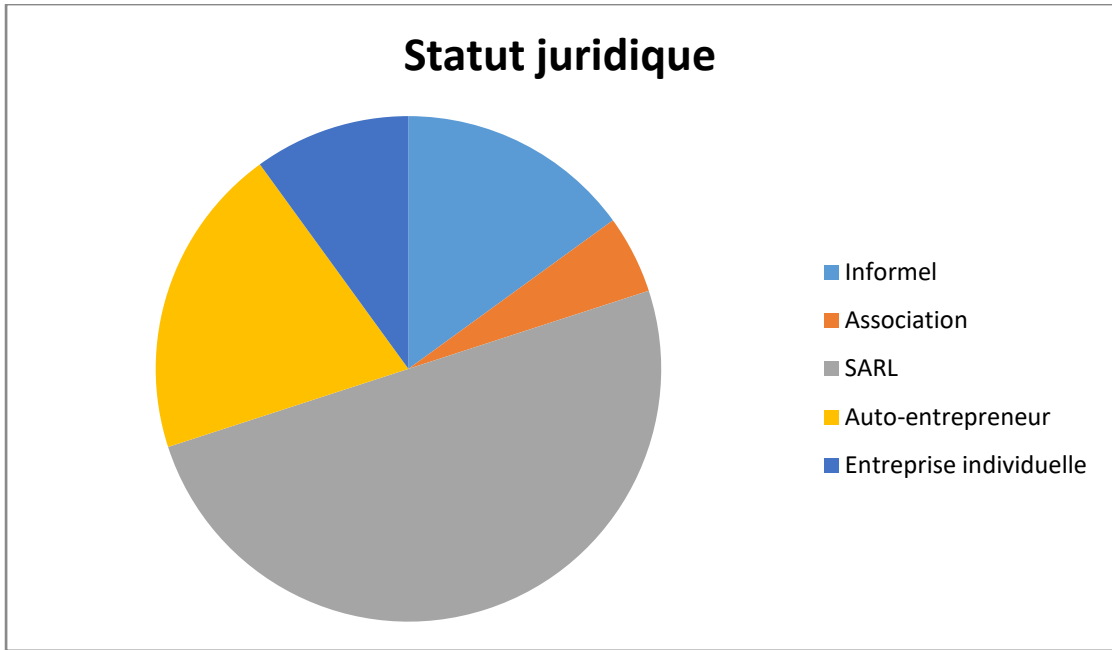
« personne physique », est caractérisée par la simplicité de création et la liberté de l'entrepreneur qui l'exploite en son nom. Il faut souligner toutefois l'existence d'une grande confusion entre le statut de l'auto entrepreneur et celui de l'entreprise individuelle. D'ailleurs, Khnata (E.17) nous précise qu'elle exploite son espace de coworking sous le statut d'auto entrepreneur mais qu'elle a enregistré le local sous le statut d'entreprise individuelle et qu'elle est ainsi déclarée doublement « *l'ouverture officielle était le 15 février 2020 sous le statut juridique de personne physique pour le local et pour moi auto entrepreneur* ». Ce constat pointe du doigt le manque d'informations précises et spécifiques sur la création juridique relevé par nos entrepreneurs surtout quand il s'agit d'une activité innovante.

Tandis que le statut de l'entreprise individuelle constituait la forme la plus simple et souple pour formaliser son projet entrepreneurial, le statut de l'auto entrepreneur, régime plus simplifié, a pris le dessus ces dernières années en raison d'obligations fiscales et comptables plus avantageuses.

Trouver le bon statut pour exercer son activité n'est pas chose facile, c'est même la question qui dérange le plus les créateurs et peut même les inciter à rester dans l'informel (E.1, E.14, E.15). D'autres optent pour le statut qui les arrange et qui est en cohérence avec leur activité. C'est d'ailleurs le cas pour Souad (E.2), l'une des entrepreneurs de notre échantillon qui a opté pour le statut associatif pour son projet entrepreneurial. Elle souligne qu'en raison de l'absence d'un statut spécifique pour l'entreprise sociale, l'association est un habillage juridique pertinent pour préserver la mission sociale de son entreprise.

L'importance accordée au choix du statut juridique relève de ses conséquences sur le régime fiscal de l'entreprise et du dirigeant, le régime social applicable, les obligations comptables et les processus de décision. En outre, le statut juridique peut influencer les ressources disponibles pour l'entreprise. Par exemple, des recherches antérieures ont montré qu'il est plus difficile pour les entrepreneurs indépendants d'accéder au financement car les bailleurs de fonds préfèrent prêter aux sociétés en raison des restrictions juridiques plus strictes qu'ils doivent respecter. Par conséquent, les sociétés à responsabilité limitée peuvent être plus susceptibles d'accéder à des financements externes et ont également accès à un plus large éventail d'options de financement sous le respect de certains critères.

Figure 23: Statut juridique choisi par les entrepreneurs de notre échantillon

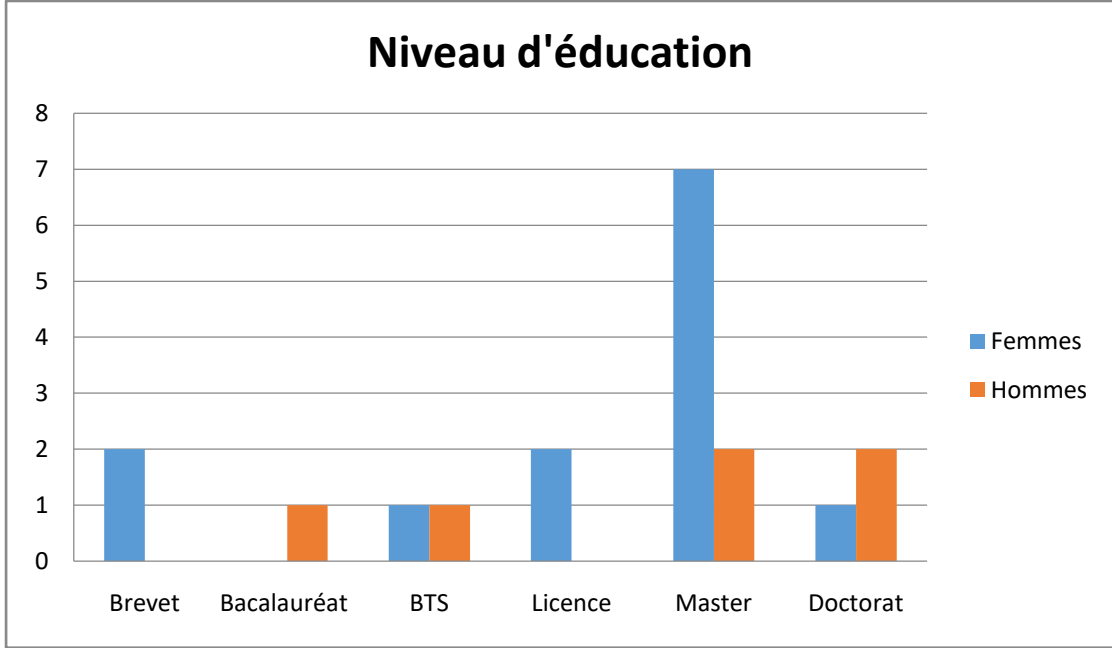


Source : auteur

1.1.3 Niveau d'éducation

Pour reprendre un point du chapitre 2, le niveau d'éducation de l'entrepreneur est intéressant car le démarrage et la croissance d'une entreprise exigent que l'entrepreneur possède des niveaux suffisants de capital humain dans lequel l'éducation joue un rôle majeur. Le niveau d'éducation de notre échantillon est illustré ci-dessous :

Figure 24: Niveau d'éducation de l'échantillon



On peut déduire de cette répartition que la majorité des entrepreneurs sont bien instruits à l'exception de trois individus qui ont un niveau d'éducation secondaire (brevet et baccalauréat). Toutefois, comparer le niveau de scolarité des entrepreneurs à celui de la population marocaine dans son ensemble s'avère très éclairant. Considéré en pourcentage, 84.21% des entrepreneurs avaient un diplôme supérieur, contre seulement 14,9% de la population active occupée (HCP, 2019a). Bien que cette recherche ne vise pas à générer des résultats statistiquement significatifs et que les méthodes qualitatives invoquées ne le permettent pas, la conversion des résultats en pourcentage permet d'illustrer à quel point les entrepreneurs de cet échantillon sont relativement instruits par rapport à la population en général. Alors que les hommes et les femmes sont tous deux hautement qualifiés, les femmes entrepreneures en tant que groupe étaient légèrement plus instruites que leurs homologues masculins. Globalement les entrepreneurs d'opportunité sont nettement plus éduqués que les entrepreneurs de nécessité.

1.1.4 Secteur d'activité

En raison de la visée exploratoire de notre recherche, nous ne nous sommes pas limitée à l'étude d'un secteur unique mais avons considéré des secteurs multiples (industrie, commerce, artisanat et services) afin d'appréhender le phénomène dans sa diversité. Les résultats corroborent les recherches antérieures qui soulignent que les entrepreneurs de nécessité et d'opportunité diffèrent quant au choix du secteur d'activité dans lequel ils développent leur entreprise (Giacomin, Janssen and Guyot, 2016). Pour les femmes entrepreneures, celles relevant d'un entrepreneuriat de nécessité sont plus représentées dans le secteur de services à la personne, l'artisanat et du commerce en détail comparativement aux entrepreneures d'opportunité qui semblent être plus présente dans les services aux entreprises. L'exemple de Khnata (E.17) et Chaimae (E.7) qui ont toutes les deux créé un espace de coworking est très révélateur de ces différences sectorielles. En effet Khnata (entrepreneure de nécessité) offre son service aux étudiants tandis que Chaimae (entrepreneure d'opportunité) cible les entrepreneurs et startupeurs. Toutefois le secteur industriel est peu fréquenté par les entrepreneures marocaines de façon générale puisqu'elles préfèrent investir dans des activités faciles d'accès, qui requièrent peu de capital de départ. Concernant

leurs homologues masculins, l'échantillon sélectionné comprend des activités relevant du secteur des services aux entreprises qui est actuellement en plein essor au Maroc

2. Portrait sommaire des entrepreneurs

Les pratiques entrepreneuriales au Maroc recouvrent des réalités très diverses. Au-delà de la variété du statut, de la taille, et du champ d'activité des entreprises, des différences notables entre les profils des entrepreneurs, leurs expériences et le déroulement de leur processus entrepreneurial seront mises en exergue pour rapprocher le lecteur au mieux de la réalité de l'entrepreneuriat au Maroc.

2.1 Les femmes entrepreneures de notre échantillon

L'attitude de la mentalité marocaine traditionnelle a appuyé pendant longtemps le confinement de la femme aux tâches ménagères, à la reproduction sociale et physique et a véhiculé l'image d'une femme "*improductive*". Toutefois le Maroc s'est lancé dans la voie de l'égalité des chances et les femmes ont pu s'imposer et participer aussi bien à la vie sociale, économique que politique.

- Fatema, la passionnée de la couture traditionnelle

Fatema (E. 1) est âgée de 49 ans, mariée et maman de quatre enfants, elle a toujours été passionnée par la couture traditionnelle qu'elle exerce depuis plus de 20 ans. Alors qu'elle était encore étudiante au collège, Fatema profitait de l'absence du professeur ou d'une heure creuse pour se précipiter vers une association en face du collège qui formait les jeunes aux métiers de l'artisanat. C'est comme ça qu'elle a appris la couture. A l'époque, Fatema a obtenu son brevet et voulait continuer ses études mais il n'y avait malheureusement aucun lycée dans la campagne où elle habitait. Elle s'est donc mariée très jeune à un homme « *Oujdi* » et s'est installée à El Jadida. C'est comme ça qu'elle a décidé de faire de sa passion une source de revenu et créer une coopérative. Toutefois son mari était contre l'idée et refusait catégoriquement qu'elle travaille en dehors de la maison. « *Tu sais les hommes Oujdi sont très dure de caractère* », dit-elle.

Fatema n'a jamais renoncé à son objectif et sa passion. Au début, elle a commencé à former des femmes intéressées par la couture chez elle pendant les horaires de travail de son mari. Elle recevait également ses clientes à la maison, et ce sont ces dernières qui se chargeaient de l'achat de la matière première puisque Fatema n'avait pas le droit de sortir à plusieurs reprises. Actuellement, et après beaucoup de persévérance et

de patience, elle a pu s'imposer face au refus de son mari. Fatema a ouvert un petit magasin pour la couture traditionnelle et forme également des femmes à la couture au sein d'une association. « *Mais avec le temps j'ai pu m'imposer ...Maintenant mon conjoint a accepté que j'exerce ma passion et profession à ma guise, j'ai loué un petit local avec mes propres moyens ... je suis membre d'une association, je forme des femmes à la couture, je suis épanouie et j'ai plus d'indépendance* » exprime-t-elle avec fierté.

- Souad, la chef cuisinière par succession

Souad (E.2) est une formatrice en cuisine et pâtisserie âgée de 42 ans. Elle est mariée et maman de trois enfants qui apprécient et profitent pleinement de la passion de leur mère. Alors qu'elle a toujours préféré la couture, Souad a décidé de basculer vers les arts culinaires après le décès de sa mère « *Ma mère était cuisinière, après son décès j'ai voulu que son métier reste vivant, tant qu'elle m'a appris la cuisine j'ai voulu la succéder* ». Elle s'est investie énormément pour apprendre aussi bien les plats traditionnels et modernes que la pâtisserie mais elle n'a décidé d'en faire un métier et gagne-pain qu'après la faillite de l'entreprise de son conjoint. Enfin, elle était obligée d'entreprendre à son tour pour subvenir aux besoins de sa famille « *surtout quand mon mari était au chômage c'est moi qui prenais en charge tout le foyer* ». Elle a commencé son aventure entrepreneuriale en travaillant à domicile mais a décidé de développer son activité dans le cadre d'une association. Souad a réalisé son rêve. Elle est actuellement formatrice en pâtisserie et en cuisine au sein de l'association qu'elle a pu fonder grâce au soutien de son mari et de ses enfants dont elle est très fière. « *Mon mari et mes enfants m'ont beaucoup aidé, les formations m'ont permis de changer mes idées... C'est ce qui m'a aidé à penser à créer l'association, elle m'a permis de réaliser un rêve... quand je rentre dans une classe avec un grand nombre de femmes et de filles pour les former à la cuisine ça me rend fière. Ce rêve que je croyais impossible s'est bien réalisé* ». Certes tout au long de son aventure entrepreneuriale Souad a rencontré beaucoup d'obstacles mais elle n'a jamais lâché. Au contraire elle a toujours fait preuve de courage et de patience mais également d'un grand esprit de solidarité « *je viens en aide à plusieurs femmes, les veuves. Toutes les femmes qui ont des problèmes et ont des besoins financiers je les aide à surmonter leurs situations parce que je suis passée par là aussi* ».

- Se reconstruire après une enfance difficile

Kaoutar (E. 3) est une jeune Fashion Designer et entrepreneure âgée de 25 ans. Lauréate de l'ENCG⁵³, elle était très active et faisait partie de différents clubs universitaires. Elle était membre de la communauté ENACTUS⁵⁴ et participait souvent à la startup weekend pour assouvir sa soif pour l'entrepreneuriat. Cette envie de devenir entrepreneure remonte à ses cinq ans. En fait Kaoutar a eu une enfance difficile puisque son père était au chômage et ne se permettait pas d'acheter des vêtements neufs à ses enfants lors de la fête de l'Eid « *Si on remonte dans l'histoire, cette envie de devenir entrepreneure date de l'âge de 5 ans, pourquoi parce que quand j'avais cet âge notre situation familiale était un peu difficile, mon papa était au chômage, et lors de la fête de l'Eid je n'avais pas les moyens pour acheter des vêtements neufs, et l'argent de l'Eid que j'épargnais je demandais à mon père d'acheter de nouveaux vêtements à mon grand frère. Donc depuis cet âge je me suis dit quand je vais grandir je vais avoir une entreprise rien que pour voir cette joie à laquelle je n'ai pas eu accès et dont plusieurs enfants sont privés. Je ne voulais pas que d'autres enfants ressentent ce sentiment de manque* » raconte-t-elle avec beaucoup de peine. Kaoutar a tenu sa promesse en créant une marque de prêt à porter pour femme qu'elle caractérise d'entreprise sociale en 2018 à El Jadida. Elle a pour but l'insertion de la femme rurale dans le monde du travail. Malgré le refus de ses parents qui n'ont pas accepté au début le fait que leur fille « *lauréate de l'ENCG* » devient « *Couturière* » elle n'a jamais lâché. Elle avoue que l'expérience entrepreneuriale est plus dure que ce qu'elle aurait imaginé mais ce qui la maintient debout c'est l'objectif ultime de son projet « *L'autre chose c'est l'objectif ultime quand il est très grand, ton "WHY" tu te mets dans la peau de la fille de 5 ans et tu te rappelle de tout ça, les femmes qui viennent frapper à ta porte chaque matin, elles ont besoin de l'atelier pour vivre, enfin pour gagner leur vie. C'est ce qui te pousse d'avancer, tu te dis oui je peux le faire* ».

- Se ressourcer en salariat et se lancer en entrepreneuriat

Imane (E. 4) est lauréate d'une grande école d'ingénieurs. Elle est actuellement consultante, manager et formatrice dans les domaines de qualité,

⁵³ Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

⁵⁴ Enactus est une communauté d'étudiants et de leaders du monde académique et économique qui s'engage à utiliser l'entrepreneuriat pour améliorer les vies et façonner un monde meilleur et durable.

sécurité, environnement et développement durable et est âgée de 36 ans. Elle a eu la chance de décrocher facilement un emploi après l'obtention de son Master. Mais à l'époque elle avait déjà en tête l'idée de créer sa propre boîte pour être indépendante. En fait, Imane avait pour objectif de se ressourcer en salariat avant de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale « *Mais j'avais besoin de passer quelques années d'expérience pour apprendre et prendre le maximum du travail pour que je puisse mener à bien ma mission en tant qu'entrepreneure. Donc l'idée n'était pas étrange pour moi car depuis le début j'avais cette envie de devenir entrepreneure ...J'avais besoin d'aller me ressourcer quelque part. Je voulais acquérir plus d'expérience, je voulais même expérimenter ça au niveau international* ». Imane a été recrutée dans sept entreprises en 10 ans et tout le monde prenait mal ses démissions mais elle n'avait qu'un seul objectif c'est d'apprendre davantage de l'entreprise. Pour son dernier emploi salarié, elle avait le poste de directrice sécurité au sein d'une multinationale avec tous les avantages possibles mais ne se sentait pas à l'aise. Elle a donc pris son courage à deux mains et a déposé sa démission sans pour autant avoir une idée claire du projet qu'elle allait lancer. Juste après sa démission elle a décidé encore une fois de se ressourcer en salariat mais cette fois ci au niveau international, direction la France. Après plusieurs tentatives vouées à l'échec puisqu'elle n'était pas résidente, Imane s'est enfin décidée de rentrer et créer son entreprise au Maroc en Janvier 2019. Il s'agit d'un cabinet d'études, de consulting, d'audit et de formation situé à Casablanca.

- Des fleurs et des roses pour nourrir les esprits et les cœurs

Issue d'une famille d'entrepreneurs, un papa fleuriste et une maman décoratrice, Sanae (E. 5) a lancé son entreprise d'événementiel et décoration florale en 2016. Agée de 34 ans mariée et mamans de deux enfants, elle a vendu toute sorte de bijoux alors qu'elle était encore étudiante au lycée.

Sanae est lauréate de l'ENCG-Settat, elle a travaillé en tant que responsable recrutement au sein d'une société d'intérim pendant cinq ans mais elle n'était pas très satisfaite à cause de l'absence de possibilités d'avancement *« Et déjà le cadre de l'entreprise ou je travaillais, ne me plaisais plus. mais après il y a un truc, quand tu passes 5 ans dans une entreprise tu n'évolue pas , tu ne changes pas de poste tu répètes les mêmes tâches ce qui n'est pas intéressant côté connaissance, j'ai tenté d'évoluer ça n'a pas marché, depuis la 4ème année j'ai commencé à chercher un autre poste, j'étais dans le recrutement et je cherchais à travailler en tant que commerciale dans cette entreprise, et j'ai pas eu de retour c'est leur droit, et après j'ai pensé à faire un truc qui me plaît »*. En fait deux événements phares l'ont basculé vers l'entrepreneuriat. Il y a d'abord la grossesse. Quand Sanae est tombée enceinte de son deuxième enfant, elle a commencé sérieusement à penser à entreprendre pour concilier sa vie privée et sa vie professionnelle *« là j'étais enceinte de mon deuxième enfant et depuis ce temps-là, depuis que je suis tombée enceinte j'ai pensé à créer mon entreprise. J'ai su qu'il n'y a personne qui va s'occuper de mon bébé, parce que je suis à El Jadida et mes parents et beaux-parents sont dans une autre ville »*. Le second événement qu'elle considère comme le tournant de sa carrière professionnelle est le 8 mars 2016, journée internationale de la femme *« c'était la journée de la femme, j'ai tâtonné, moi j'étais toujours salariée, et j'ai tâtonné avec une entreprise pour la distribution des roses pour les collaboratrices de la société ou je travaillais, et ça a marché, j'ai gagné, j'ai pu vendre. J'étais enceinte et j'ai travaillé toute la nuit pour préparer les roses, parce que le lendemain je devais occuper mon poste normal. Toute la nuit j'ai travaillé sur les roses je les ai décoré et j'ai pu dégager des bénéfices, et je me suis dis c'est mon projet c'est l'entreprise que je vais créer »*. C'est ainsi que Sanae s'est lancée dans l'aventure entrepreneuriale en ayant comme objectif de semer la culture florale dans l'esprit du consommateur marocain.

- La serial entrepreneure en industrie

A 40 ans, Fatimzhra (E. 6) est à la tête de deux entreprises spécialisées dans l'agencement avec les travaux de menuiserie, parquet et faux plafonds. Elle est mariée et maman de quatre enfants. Elle a obtenu une licence en physique mais s'est penché vers des formations en commerce et gestion puisqu'elle avait toujours envie de travailler à son propre compte. Comme c'était le cas pour Imane (E. 4), Fatimzhra a travaillé en tant que salariée dans une multinationale pendant deux ans pour acquérir

de l'expérience et a géré ensuite une école pendant 3 ans dans le but de créer sa propre école à besoins spécifiques mais les conditions n'étaient pas favorables « *J'avais toujours l'intention de devenir entrepreneure depuis le terminal, je n'avais pas l'idée de travailler comme salariée j'ai résisté pendant deux ans rien que pour avoir l'expérience...Au début je voulais faire une école, j'ai passé 3 ans à gérer une école, et j'ai travaillé en tant qu'éducatrice pendant deux ans, je voulais créer une école à besoins spécifiques mais il y avait beaucoup de contraintes, le domaine est un peu délicat et la ville ne m'a pas aidé à me lancer dans ce projet. J'ai fait toute une étude de marché sur le projet de l'école mais j'ai trouvé que ça ne sera pas rentable* ». Fatimzhra était toujours à la poursuite des opportunités, elle a pensé à acquérir la société de son employeur Italien ou même se lancer avec lui dans un nouveau projet mais s'est décidé finalement à acheter un nouveau terrain, bâtir son entreprise et se lancer seule pour être indépendante. Elle avoue que l'expérience entrepreneuriale a besoin de beaucoup de soutien et de sacrifices « *Cette aventure a besoin de sacrifice et surtout de beaucoup de soutien, parfois entre midi et deux je ne peux pas rentrer. Il y a le soutien de ma mère avec les enfants. Mais ça n'empêche quand je rentre je leur consacre du temps je fais les devoirs avec eux. Mes enfants se sont habitués ils sont compréhensifs maintenant* ». Son mari, employé au sein du centre régional d'Investissement (CRI) l'encourage beaucoup dans cette aventure et l'a accompagné tout au long de la procédure de création.

- La jeune startupeuse marocaine

Casablancaise d'origine, Chaimae (E. 7) âgée de 28 ans présente un parcours exceptionnel. L'entrepreneuriat était une évidence pour cette diplômée en finance comptabilité et audit. Un domaine qui a rythmé sa vie de salariée pendant 6 ans au sein de différentes multinationales avant qu'elle ne claque la porte pour réaliser son rêve: celui de devenir entrepreneure. Elle est pourtant issue d'une famille où l'entrepreneuriat n'existe pas mais n'a jamais renoncé à son rêve d'enfance « *Mon père est un expert-comptable et mes deux frères sont des ingénieurs et l'avantage dans tout ça c'est que depuis très, très jeune je leur dit que moi je ne ferai pas la carrière comme vous, à l'âge de 26 ans je serai dans ma boîte. Depuis que j'étais au collège je répétais ça pendant les vacances avec la famille. Moi à 26 ans je serai dans mon entreprise. Ça se développait, j'ai fait ma carrière professionnelle, j'ai démarré dans mon parcours c.à.d. en tant que aide comptable puis comptable puis je suis*

passée à responsable financière. Après j'ai fait de l'audit et du contrôle de gestion. Mais toujours le rêve qui m'accompagne, depuis toujours je cherche l'indépendance, je déteste la hiérarchie, je suis souvent dans le contact avec les gens, j'adore partager, j'adore créer, et j'adore donner ma valeur ajoutée et laisser mon impact, alors ça je ne pouvais pas le faire en salariat ». Chaimae s'est toujours présentée avec une carte visite où c'est mentionné 'Salariée Future entrepreneure'. Elle avait pour objectif de constituer une base de données professionnelle avant de lancer son projet. En juin 2017 Chaimae décide de prendre son envol et fonde un espace de Coworking, une offre innovante qui rencontre un grand succès à Casablanca. Pour y arriver elle a dû relever beaucoup de challenges.

- L'entrepreneure patriote

Une bonne patriote et entrepreneure faisant preuve de beaucoup d'humilité, Btissam (E. 8) est experte en efficacité commerciale et technique de vente qui a décidé de rentrer au Maroc pour y investir les acquis et les connaissances développés à l'étranger « *c'est cet amour aussi pour le pays, on va dire qu'on le veuille ou non, on reste marocain, même quand on est jeune et qu'on ne conçoit pas un retour mais à un certain moment les origines appellent. Donc pouvoir contribuer ne serait-ce qu'avec un minimum d'acquis que j'ai pu avoir à l'étranger et faire partager cette expérience c'était vraiment pour moi une motivation* ».

L'idée d'entreprendre remonte à ses 21 ans après un parcours d'alternance dans une société où elle a compris qu'elle n'était pas faite pour le salariat. Elle a donc décidé de lancer une société de communication et événementiels. Cependant ses parents ne concevaient pas l'idée d'être étudiant-entrepreneur sous prétexte qu'elle sera dispersé et ne suivra au final ni l'un ni l'autre. En plus, Btissam n'avait aucune culture entrepreneuriale ce qui a constitué un grand challenge pour elle. La jeune entrepreneure dû apprendre sur le tas et s'est investi à fond pour réussir à la fois ses études et son projet entrepreneurial. Plus tard, elle s'est installée en France où elle a obtenu un Master et a travaillé en tant qu'indépendante pour se ressourcer davantage avant de lancer en octobre 2018 son cabinet de conseil et de formation en efficacité commerciale à Casablanca puisque le besoin y est « *je me suis lancé au Maroc dans le conseil et la formation en efficacité commerciale, c'est parce que je sais qu'en cette discipline il y a beaucoup de déficit, quand je rencontre des directeurs, il y'en a beaucoup qui se plaignent justement du potentiel et des compétences des commerciaux. Et donc se lancer dans ce créneau était nettement avantageux ce qui a*

permis aussi de transposer cette idée au Maroc, parce que je sais que le manque existe aussi au Maroc ».

Elle nous confie que le secret de sa réussite c'est l'humilité et la persévérance *« Alors tout d'abord l'humilité, en fait il faut toujours faire preuve d'humilité et laisser un peu l'ego de côté, parce que quand on veut se relever, quand on veut chercher du conseil, quand on a cet ego on va dire surdimensionné, c'est bloquant. Alors quand on fait preuve d'humilité et on va chercher la connaissance, je ne sais pas à travers des outils ou des personnes, donc ça pour moi c'est une qualité fondamentale. Après c'est la persévérance, c'est croire en soi et croire que l'échec n'est pas une fin en soi, d'ailleurs la réussite est une succession d'échecs ».*

- Des allers-retours entre salariat et entrepreneuriat

Niama (E. 9) est une jeune entrepreneure âgée de 26 ans et maman de deux enfants. Pour financer ses études elle a d'abord travaillé dans des centres d'appels mais cela ne lui convenait pas et a donc décidé de lancer des petites activités génératrices de revenu (e-commerce, community management...). C'est ainsi qu'elle découvre l'entrepreneuriat. Cette découverte a orienté son choix pour un Master en entrepreneuriat et management des organisations qui a stimulé davantage son intérêt pour l'entrepreneuriat. Toutefois, Niama a encore rejoint le salariat après l'obtention de son Master mais pour un véritable emploi cette fois-ci. Elle a occupé le poste de chef de projet au sein d'une entreprise qui malheureusement a fait faillite en peu de temps. Ceci a constitué un deuxième déclic pour Niama qui a décidé finalement de créer sa première entreprise en formation et coaching en 2016. Ce premier projet entrepreneurial n'a pas connu un succès à cause d'un grand manque de financement.

Niama n'a pas lâché prise, elle s'est encore redirigée vers le salariat pour constituer un nouveau capital et réaliser son rêve de devenir entrepreneure *« Et la première entreprise en fait au début ça n'a pas très bien marché, faute de financement et beaucoup de choses. et je suis encore revenue au salariat (rires), pendant une période et là avec les difficultés en fait parce que je suis maman j'avais ma fille au début, et je me disais qu'il faut que je passe à l'acte donc je décide sérieusement d'entreprendre et que je me donne tous les moyens dont j'aurai besoin pour réussir en entrepreneuriat parce que j'ai plus envie d'être salariée, par ce que j'ai envie de passer de temps avec ma famille, et j'ai envie de faire quelque chose qui a vraiment de la valeur pour les autres. Et c'est comme ça que j'ai créé cette entreprise ».*

En juillet 2019 Niama a créé son entreprise à partir d'un concept très innovant. Une couveuse d'entreprise, un dispositif d'accompagnement à la création d'entreprise. Elle a pour objectif de venir en aide aux porteurs de projets pour qu'ils puissent réussir d'un seul coup et éviter le long parcours par lequel elle est passée.

- Mon projet c'est mon bébé

« Mon projet c'est mon bébé, il grandit avec moi, il vient tout juste de marche à quatre pattes... C'est exactement comme l'amour maternel » Exprime Fatima zahra (E. 14), une jeune entrepreneure âgée de 28 ans qui considère son entreprise comme un projet de vie, un héritage qu'elle transmettra aux générations futures. La petite orpheline prend sa maman comme modèle, elle a beaucoup appris d'elle. Une maman veuve à ses 32 ans elle ne s'est jamais remariée et s'est battu durement pour élever ses deux enfants en créant un petit projet. Cette situation délicate a motivé la jeune malicieuse qui s'est débrouillé seule pour obtenir son argent de poche d'où l'émergence de son esprit entrepreneurial *« quand j'ai commencé à grandir à l'âge de 18 ans 19 ans avec une situation familiale un peu difficile, je ne pouvais plus demander l'argent à ma mère, c'est là où j'ai commencé à faire de l'entrepreneuriat. Je me dirigeais vers une boutique en face de chez moi, et j'achetais des petites boucles à 2 dh avec les 10 dh d'argent de poche que j'avais. Et une fois à l'école, les filles me demandent elles sont jolies tes boucles tu les as eu d'où ? Je dis que c'est importé de France, ils sont à 10 dh chacune. Et je vends le tout et je rentre avec 50 dh à 70 dh. Donc cet esprit commerciale je l'avais depuis mon jeune âge c'est juste que je ne comprenais pas que c'était de l'entrepreneuriat. Pour moi c'était juste une façon d'avoir un peu plus d'argent de poche»*.

Fatima zahra a pu poursuivre ses études et a obtenu une licence en marketing international. Toutefois sa petite expérience en tant qu'entrepreneure amatrice a orienté son parcours professionnel. Actuellement elle est fondatrice d'une marque spécialisée dans les tenues traditionnelles 'Abaya' amplement réussie.

- La créatrice de châles et foulards après une reconversion professionnelle

Fraîchement trentenaire, et aussi maman d'un enfant, Asmaa (E. 15) s'est lancée en tant que créatrice de foulards et châles, il y a quatre ans, après une reconversion professionnelle. À l'époque, elle travaillait comme infographiste au sein de l'agence de communication de son époux qui a toujours orienté ses choix

professionnels« *avant même de faire la formation en infographie, mon père m'avait conseillé de faire du modélisme, mais mon mari était toujours contre. Il n'est pas d'accord à ce que je travaille avec quelqu'un d'autre. Il m'a orienté vers l'infographie pour travailler avec lui. Je me suis mariée très jeune alors que j'étais toujours en première année bac. Dès l'obtention de mon bac c'est mon mari qui a décidé pour moi* » nous raconte-t-elle.

L'histoire commence quand des femmes qu'elle rencontre lui demandent où elle trouve les foulards qui dissimulent sa chevelure. La réponse est : nulle part. C'est sa maman, Malika, qui les lui coud. Il n'en faut pas beaucoup plus pour que l'idée de concevoir sa propre collection germe dans l'esprit d'Asmaa, mais de l'idée au projet, il faut « *apprendre la patience* ». Elle quitte l'entreprise de son mari pour apprendre le modélisme et le stylisme pendant deux ans, au collège Lasalle à Casablanca et lance en parallèle sa marque pour financer sa formation.

Si Asmaa dessine les modèles, choisit les étoffes, gère la logistique et supervise l'ensemble du processus de fabrication, elle n'est pas tout à fait seule. Derrière la machine à coudre, c'est encore sa maman qui donne vie à ses croquis et prototypes. « *Elle me fait confiance, elle me suit* », apprécie la créatrice. Aujourd'hui Asmaa pose un regard satisfait sur l'aventure qu'elle bâtit jour après jour suivant son propre patron. « *Je n'avais jamais pensé à créer mon entreprise, mais je suis contente de ce choix* ». Son envie est de proposer aux marocaines des créations spéciales et dans l'air du temps pour leur permettre de concilier expression foi et élégance.

- Samia, la créatrice de buffets pour tous les événements et les goûts

Samia (E. 16), une jeune maman active de 29 ans qui a été obligée de basculer vers l'entrepreneuriat au cours de sa grossesse. Après plusieurs années passées dans le domaine de la construction industrielle en tant que responsable logistique elle a décidé de tout laisser tomber pour pouvoir prendre soin de son enfant et c'est ainsi qu'elle a opté pour la voie de l'entrepreneuriat « *La première motivation était au cours de la grossesse, j'avais un horaire catastrophique, de 7h à 19h du soir . Alors quand je me suis projeté à long terme avec un bébé ce n'était pas possible. Il n'y a pas une crèche qui ouvre avant 7h et il n'y a pas une crèche qui ferme après 19h. J'étais obligé de laisser tomber* ». En outre, Samia n'était jamais épanouie en salariat, elle était tellement active qu'elle n'acceptait pas de rester clouée dans un bureau ce qui lui a

causé pas mal de problèmes avec ses supérieurs. Quand elle y réfléchit, Samia a toujours voulu être sa propre patronne, une femme indépendante, ambitieuse, créative, qui se confronte à la réalité et laisse une empreinte dans la société. Elle cherchait juste le déclic. Plus jeune, elle a toujours aimé les travaux manuels « *Depuis que j'étais petite c'était une inspiration. Je faisais de la peinture, de la danse, des ateliers de création, des petites décorations et tout. Enfin c'était moi quand j'étais petite. Après quand j'ai grandi je me suis dis c'est un peu la même chose. La création la décoration, tu as une touche personnelle dans tout ce que tu fais* » nous raconte-t-elle. C'est ainsi qu'elle combine passion et travail en créant son entreprise spécialisée dans l'organisation des buffets de naissance, fiançailles et mariage en juillet 2018. Pour autant, le parcours n'était pas sans embûche « *j'ai commencé quand ma fille avait trois mois je la prenais en poussette ou en écharpe de portage, je fais la navette Casa-El Jadida, elle était avec moi tout le temps. Je faisais le tour des fournisseurs, je prospecte. Je la dépose rien que pour lui changer la couche et lui donner son biberon pendant 5 à 6 mois pour avoir une bonne base de données et c'est ce qui était le plus difficile* ». Une expérience rocambolesque où le soutien du mari est devenu indispensable « *Alors ce qui a changé c'est que mon conjoint est plus présent dans tout ce qui est tâches ménagères, la petite donc c'est fifty-fifty. Au début ce n'était pas le cas* ».

- La doctorante, passionnée de l'entrepreneuriat devenue entrepreneure

« *La fibre entrepreneuriale je pense que je l'avais depuis mon enfance* » nous raconte Khnata (E.17), une jeune doctorante et entrepreneure âgée tout juste de 26 ans mais qui dispose d'une riche expérience professionnelle et para universitaire. Elle a passé son enfance à jouer au commerçant en compagnie de ses cousins, c'était son jeu favori. Plus tard, khnata a eu un parcours universitaire exemplaire. Licence, Master, puis doctorat, elle était très motivée, active et en perpétuelle évolution. En intégrant ENACTUS, elle découvre l'entrepreneuriat social qui devînt sa passion « *J'ai intégré pas mal d'associations, mais la principale et celle qui a joué un grand rôle au niveau de mon orientation vers l'entrepreneuriat c'est ENACTUS. Je l'ai intégré en fin 2014 début 2015 et ça a duré 4 ans. Au début je ne cache pas que je ne connaissais pas du tout ce que c'était l'entrepreneuriat social. Peut-être quelques notions. J'ai appris en m'exerçant* ». En outre, khnata a également expérimenté le salariat où elle s'est sentie

emprisonnée *« on se sent un peu emprisonné par le salarié. Et ce sentiment je ne l'avais pas compris au début, j'ai eu du mal à être sous la direction de personnes qui imposent des règles qui au moindre petite faute il y avait une sanction. Cela ne m'allais pas du tout... c'est ce qui m'a fait un peu réfléchir je me suis dit je ne suis pas du tout faite pour le salariat, pour être sous les ordres de quelqu'un qui parfois abuse de ton poste et de ta situation en tant que salarié chez lui. C'était le déclic »*. Par conséquent, elle décide de démissionner, sauter le pas et passer à l'entrepreneuriat. Le 15 février 2020 Khnata et son associé lancent l'ouverture de leur espace de Coworking située à Fès *« C'était une fierté incroyable, je ne me rendais pas compte, c'est un rêve qui s'est réalisé... Enfin je ne pense pas qu'un salarié pourra un jour ressentir ça. Quelque soit la reconnaissance, récompense. Il n'y a pas mieux que cette auto fierté. C'est une réalisation qui t'appartient »*. Les jeunes entrepreneurs ont cogité ensemble l'idée pendant deux ans *« c'est vrai le sujet revenait à chaque fois mais au bout de deux ans on a pris la décision »*. Khnata considère son projet comme une entreprise sociale puisqu'il émane d'un besoin lié au fait que les étudiants, y compris elle et son associé, avaient du mal à trouver un espace dédié au travail, non-fumeur et avec une bonne connexion. C'est ainsi que l'aventure a commencé.

2.2 Les hommes entrepreneurs de notre échantillon

Au Maroc, les femmes sont souvent marginalisées en raison de fortes contraintes d'une société patriarcale privilégiant clairement l'homme sur le marché de travail. Toutefois, en entrepreneuriat, les femmes aussi bien que les hommes ne se retrouvent pas à l'abri des obstacles.

- Entreprendre pour sortir de la précarité

Yahya (E. 10) est un jeune marocain de 21 ans passionné par le journalisme, l'animation et l'événementiel. Elève à l'école primaire, il était toujours sur le devant de la scène pour animer les fêtes de fin d'année. Dès que l'opportunité se présente, en famille ou avec des amis, il se précipite pour participer à l'organisation d'événements, micro-trottoir, et fait tout pour créer de l'ambiance. Après l'obtention de son bac, yahya a passé le concours de l'Institut Supérieur d'Art Dramatique et d'Animation Culturelle (ISADAC) pour réaliser son rêve et passer de l'amateur au professionnel. Sur plus de 7000 candidats, vingt ont été admis y compris Yahya. Malheureusement le jeune audacieux n'a pas pu suivre la formation à cause de sa situation financière. *« J'ai très bien passé toutes les épreuves et j'étais admis. J'étais très*

heureux, mais pour étudier dans une autre ville, c'est énormément de charges, donc j'ai fait un calcul et je me suis rendu compte que mes moyens et les conditions familiales ne permettent pas de passer 4 ans à rabat. C'était impossible. J'ai passé une semaine et c'était juste impossible, j'ai pensé à travailler et étudier au même temps, mais à l'institut les horaires varient en fonction de la disponibilité des professeurs. J'ai donc laissé tomber » se rappelle-t-il avec beaucoup de peine. Yahya décide d'intégrer un groupe d'animation pour apprendre davantage mais quand l'équipe a lâché le projet il s'est approprié le nom et a continué l'aventure seul. Sous le statut d'auto-entrepreneur il lance son entreprise basée à Settat et spécialisée dans l'animation commerciale dans les grandes surfaces, l'animation balnéaire et l'animation de tout type d'événement (anniversaires, fêtes etc). Yahya a pu prendre en charge sa petite sœur et sortir de la précarité *« grâce au projet je peux me prendre en charge et soutenir financièrement ma petite sœur. Elle est studieuse et je fais tout pour répondre à ses besoins »* annonce Yahya avec fierté.

- De l'ingénierie mécanique à l'animation culturelle

« La nature du projet influence la réussite du projet, en fait le projet doit être en adéquation et en harmonie avec le profil de l'entrepreneur » Précise Achraf (E. 11), jeune diplômé en ingénierie mécanique et cadre national dans l'animation culturelle. Agé de 28 ans, il a eu un parcours salarial assez riche. Après une expérience de 3 ans au sein de Lafarge Holcim, il quitte le Maroc vers l'Émirat où il passe 2 ans au sein d'une société de maintenance industrielle et décide de lancer un projet similaire à son retour au pays. Au bout d'un an Achraf a lâché le projet pour se lancer dans ce qu'il a toujours aimé, l'animation. Sous le statut d'auto-entrepreneur il crée en 2017 une agence d'animation et de communication qui cible les entreprises, les organisations gouvernementales et non gouvernementales en leur offrant un plan d'action annuel pour les événements et activités socioculturelles au profit de leurs employés.

- Doctorant, professeur vacataire et entrepreneur

Passionné par l'enseignement mais également par l'entrepreneuriat, le trentenaire Soufiane (E. 12) a toujours cherché l'indépendance. Il a tout de même testé le travail salarié à travers une expérience en France qui ne lui convenait pas du tout *« certes ma passion est celle de donner des cours, mais j'ai toujours voulu avoir ma propre activité commerciale...Le salariat ne m'a jamais interpellé, j'ai travaillé pendant 3 ou 4 ans dans une entreprise internationale en France, et en rentrant j'ai trouvé que ce*

n'était pas le cadre dont je voulais évoluer. Avoir une certaine hiérarchie, avoir un certain temps bien établie, organisé selon une routine quotidienne n'était pas dans mes cordes ». Il est actuellement professeur vacataire qui a lancé son agence d'assurance en 2018. Cette idée de projet est venue d'une réflexion qui a mûri avec le temps. Soufiane voulait d'abord créer une entreprise dans le conseil ou l'accompagnement mais l'opportunité s'est présentée pour passer un concours et décrocher l'agrément pour devenir agent général d'assurance. Il a ainsi saisi l'opportunité et de fil en aiguille s'est retrouvé entrepreneur dans le domaine des assurances.

- Le conseil, un tremplin favorable à la création d'entreprise

Mohamed (E. 13) est un professeur universitaire et entrepreneur âgé de 33ans. Marié et père de deux enfants il a lancé son cabinet de conseil, d'accompagnement et de supervision comptable en 2019. En fait son poste d'auditeur puis consultant au sein d'une multinationale a constitué un tremplin favorable à l'entrepreneuriat *« je suis passé par un poste d'auditeur et d'un consultant et j'étais très épanouie au niveau de ce travail j'étais très satisfait et je donnais à fonds, donc quand j'ai préparé ma thèse j'ai travaillé dans le même domaine c.à.d. la finance et la comptabilité, j'ai dit pourquoi ne pas bénéficier de la capitalisation d'expériences en terme de conseil et d'expertise comptable pour faire mon cabinet et pourquoi pas faire l'accompagnement des sociétés qui sont en besoin »*. L'entourage de Mohamed s'est montré réticent face à sa décision. Lui, par contre, était tellement convaincu par son idée et croyait profondément en le potentiel de son réseau qu'il n'a pas hésité une seconde à se lancer dans l'aventure *« Il y a une culture marocaine qui est incarné surtout chez les parents qui me disent vous avez déjà un poste, vous êtes enseignant ce n'est pas la peine de s'aventurer au niveau de l'entrepreneuriat. Mais moi j'avais la conviction intime que ce projet va marcher, avec le réseau que j'ai et que j'avais en tant que consultant et bien sûr avec le réseau que je vais tisser en terme d'enseignement et de formation. L'ensemble de mes clients sont des anciens clients, quand j'étais consultant. Et les nouveaux sont des sociétés où j'ai passé des formations »*. Actuellement très satisfait de son expérience entrepreneuriale, il essaye à travers ses enseignements de concilier théorie et pratique et d'inculquer à ses étudiants l'esprit entrepreneurial avec un aspect plus pratique et concret.

- Le jeune producteur cinématographique marocain

Très jeune, à l'âge de 8 ans, Fayçal (E.18) a toujours rêvé de travailler à son propre compte. Il a vendu des abricots verts et adorait jouer au commerçant avec ses cousins « *Lors de mon enfance j'ai vendu des abricots. Avec la famille on se réunissait chaque dimanche et on profite de l'occasion moi et mes cousins pour acheter beaucoup de friandises et on revendait à la famille au double et les bénéficiaires qu'on récolte on achète des pommes de terres pour préparer des chips le dimanche d'après et les revendre à la famille. A l'époque j'avais 8 ans ou 9ans. Même mon rêve d'enfance c'était d'être architecte. Pour la simple raison qu'il y a la partie dessin mais aussi parce que c'est un métier libéral et donc j'allais travailler à mon compte. Donc cette envie de travailler à mon propre compte existait depuis mon très jeune âge* ».

Le jeune entrepreneur de 27 ans est lauréat d'un Master en management des organisations. Une formation qui lui a d'abord permis d'expérimenter le salariat pendant quelques mois avant de switcher vers la gestion de son entreprise. En effet, après seulement 5 mois en tant que chargé de projet au sein d'une association il décide du jour au lendemain de tout laisser tomber, prendre le risque et se lancer en entrepreneuriat « *Quand j'ai commencé le boulot à casa en tant que salarié, j'ai senti que je n'étais pas fait pour le salariat. Donc c'était un cumul et au même temps c'était un déclin. Du jour au lendemain j'ai appelé la directrice pour lui annoncer ma démission. J'ai commencé le processus de passation et au même temps je n'avais pas de capital mais je savais que je voulais me lancer dans une nouvelle aventure entrepreneuriale* ». Sa partenaire a joué un rôle majeur dans cette prise de décision « *Mais sérieusement ma partenaire a joué un grand rôle. En fait à l'époque j'étais salarié, j'avais un salaire fixe donc je pouvais très bien me marier. J'avais le choix entre se contenter du salariat et me marier ou tout laisser tomber et recommencer à zéro ce qui implique que la personne doit patienter jusqu'à ce que mon entreprise se développe. Et elle m'a aidé à décider. Elle m'a dit que tant que je ne suis pas satisfait dans le salariat je dois quitter et lancer ma boîte. Elle m'a encouragé moralement et même financièrement des fois, et cela est très important dans la prise de décision* » précise-t-il avec beaucoup de reconnaissance. C'est ainsi que Fayçal lance en 2016 sa boîte de production située à rabat. Elle a pour principale activité la production de films cinématographiques et télévisuels et la communication institutionnelle à travers des films, reportages, documentaires et des spots publicitaires. Alors que le domaine de la production cinématographique au Maroc est

surtout initié par de gros investisseurs, des entrepreneurs riches et expérimentés « *ce domaine est connu par les producteurs 'MALIN CHKARA'* », Fayçal avait comme défi de prouver que « *un producteur n'est pas forcément un riche mais c'est quelqu'un de créatif, c'est quelqu'un qui dispose d'une fibre artistique, une personne qui sait dénicher les opportunités et c'est avant tout un gestionnaire* ». Faisant preuve de beaucoup de courage, persévérance et professionnalisme, Fayçal a pu remporter plusieurs prix lors de festivals nationaux et internationaux et il est passé « *du jeune qui n'a pas d'expérience, le jeune qui est sous-estimé au jeune du cinéma marocain, le jeune producteur* » raconte-t-il avec fierté.

- Le jeune du Sud qui se lance dans les cosmétiques Bio

Issu d'une famille pauvre dans la région de Guelmim, Rachid (E. 19) a dû vendre du persil et de la coriandre à l'âge de 15 ans pour subvenir à ses besoins. Il mène toutefois des études brillantes en assurant des petits boulots et arrive à obtenir une licence en économie à l'université Cadi Ayad de Marrakech. C'est ainsi qu'il décide de décrocher un emploi, un vrai. A l'époque il trouve une offre pour le poste d'aide comptable au sein d'un hôtel au salaire de 2000 Dh. Très motivé, il postule en espérant que ça sera la fin de la misère mais une fois sur place il a été déçu « *Lors de mon premier jour de travail, ils m'ont annoncé qu'ils ont recruté une autre personne pour ce poste (aide comptable) mais qu'il y a un besoin au niveau de la réception. J'ai accepté l'offre, et tout au long de la journée j'étais debout, je n'avais pas le droit de toucher à mon portable et il y avait une caméra de surveillance au-dessus de ma tête. Et j'ai commencé à me poser beaucoup de questions, je croyais que après les études la situation allait devenir meilleure mais cela a empiré* ». Rachid s'est aperçu qu'il n'était pas fait pour le salariat et décide sérieusement de s'investir en entrepreneuriat même s'il a eu des opportunités intéressantes en salariat et fonctionnariat plus tard « *J'étais très mal à l'aise avec une cravate serrée, je jure que je me suis mis devant le miroir et je me suis dit je ne suis pas fait pour ça, ce n'est pas moi. Et j'ai démissionné* ».

Âgé de 25, Rachid est Actuellement étudiant en Master qui a pu lancer, en 2019, en parallèle avec ses études, une marque pour les produits cosmétiques marocains labélisés Bio. Après une petite expérience en tant que revendeur de produits de la marque française Yves Rocher qui, à l'époque n'était pas disponible aux régions du sud, il décide de lancer son propre projet, avoir sa touche personnelle et promouvoir le

produit marocain. Une aventure qu'il a menée en cachette pendant des mois puisque ses parents n'ont qu'un seul souhait, c'est celui de voir leur enfant fonctionnaire *« Je ne l'ai pas annoncé à mes parents. Mes parents, jusqu'à hier, prient dieu pour que je puisse décrocher un job en fonctionnariat. Sachant qu'ils ont remarqué un grand changement dans ma vie grâce à l'entrepreneuriat. Je leur ai expliqué récemment la situation après que maman a soupçonné que je vendais de la drogue (rires), mais en vain »*. Rachid n'a jamais eu la vie facile, il est passé par plusieurs situations d'échec mais a compris finalement que la réussite est justement une succession d'échecs. Il encourage les initiatives entrepreneuriales dans le Sud et motive les jeunes de la région qui rêvent d'immigrer à s'investir dans des projets entrepreneuriaux *« Le rêve de cette jeunesse est l'immigration, parce qu'ils n'ont aucun modèle à suivre. D'ailleurs c'est mon cas, je n'ai ouvert les yeux et développé ma carrière que quand j'ai quitté Guelmim »*. Pour ce jeune entrepreneur *« le plus beau esprit qu'il faut développer chez nos enfants c'est cet esprit entrepreneurial »*.

Les différents portraits des entrepreneurs dressés dans la présente sous-section témoignent de la richesse de leur expérience et nous pousse à se questionner sur le degré d'innovation de leurs projets.

II. Des projets riches en terme d'innovation

Les entrepreneurs de notre échantillon exercent des activités relevant de différents secteurs : commerce, artisanat, industrie et service. Allant de la cuisine aux travaux d'agencement en passant par la couture traditionnelle aussi bien que moderne, l'événementiel, le conseil et formation et la production cinématographique, chaque entrepreneur dévoile un côté innovant de son projet.

Nous avons eu accès, dans le cadre de cette étude, à des initiatives entrepreneuriales innovantes (des espaces de coworking et une couveuse d'entreprise), portées par trois entrepreneures de notre échantillon : Chaimae (E.7) et Khnata (E.17) pour le coworking space et Niama (E.9) pour la couveuse d'entreprises. Il faut préciser que chaque projet est unique en son genre. Pour l'espace de coworking à titre d'exemple, nos jeunes entrepreneures ont des cibles différentes : entrepreneurs et startupeurs pour E.7 et spécialement les étudiants pour E.17. C'est pareil pour la couveuse d'entreprise, concept très novateur développé par E. 9 qui précise que *« cela n'existe pas au Maroc... c'est même un peu plus innovant par rapport à ce qu'il y a à*

l'étranger ». En outre, même pour les activités traditionnellement réservées à la gent féminine au Maroc, comme la couture et la cuisine, nos interviewées n'ont pas manqué de souligner avec insistance les aspects innovants de leurs activités. Souad invente de nouvelles recettes « *J'ai innové, j'ai préparé des pâtisseries pour la toute première fois* » (E.2). Les entrepreneures couturières apportent chacune sa touche personnelle « *quand je produis un modèle deux ou trois fois j'arrête pour ne pas m'ennuyer, mais également pour que ça garde de la valeur. Quand je dors je rêve de nouvelles créations* » nous raconte Fatema (E.1). Pareil pour Fatimzhra (E. 14) qui déclare être la première à concevoir des habits traditionnels « *Abaya* » avec une touche moderne et Asmae (E. 15) qui propose des créations spéciales et dans l'air du temps aux femmes voilées pour leur permettre de concilier expression de foi et élégance « *J'ai eu l'idée d'imprimer la mousseline. A l'époque personne ne le faisais* ».

Pour adapter son offre aux besoins du consommateur marocain, Sanae (E.5) intègre du chocolat, des bonbons et des fruits aux bouquets de fleurs qu'elle vend. Imane (E.4) et Btissam (E.13) ont lancé quant à elles leurs cabinets de conseil et formation dans des domaines peu explorés au Maroc « *Quand je me suis lancé au Maroc dans le conseil et la formation en efficacité commerciale, c'est parce que je sais que dans cette discipline il y a beaucoup de déficit, quand je rencontre des directeurs, il y'en a beaucoup qui se plaignent justement du potentiel et des compétences des commerciaux* » (E.13). Au Maroc les femmes sont sous-représentées dans le secteur industriel mais cela n'a pas empêché Fatimzhra (E.6) d'y investir. Elle a d'abord lancé une société d'agencement et est actuellement la seule représentante d'une marque d'aluminium à El Jadida.

Nous constatons que les femmes marocaines creusent leur sillon en matière d'innovation à l'encontre de leurs homologues masculins dont les projets ne sont pas aussi novateurs. Achraf (E.11) et Rachid (E.19) sont les seuls à avoir évoqué l'importance de l'esprit d'innovation dans le développement des projets entrepreneuriaux. Le spécialiste en cosmétique Bio compare l'entrepreneur à l'artiste peintre « *Il y a certaines personnes qui peuvent dupliquer le même projet mais ne pas réussir. En fait, en entrepreneuriat c'est comme un artiste qui peint une toile, il peut passer le pinceau à une autre personne mais il ne pourra jamais peindre le même tableau* » (E.19). Achraf (E.11) propose des prestations personnalisées et adaptées aux

nouvelles exigences exprimées par ses clients. Il a organisé à titre d'exemple un weekend pour les enfants accros au jeu vidéo « Garena Free Fire » et les parents étaient très satisfaits des résultats.

Avec la possibilité d'entreprendre tout en gardant son statut de salarié ou fonctionnaire, de plus en plus de personnes sont tentées de se lancer dans la création d'entreprise. C'est le cas de Mohamed (E.13) qui opte pour la formule enseignement supérieur et expertise comptable et Soufiane (E.12) l'enseignant vacataire qui développe son agence d'assurance. Ils se sont tous deux lancés dans des activités permettant le cumul du statut entrepreneur et salarié mais sans que l'innovation soit au rendez-vous. Fayçal (E.18), le jeune producteur cinématographique qui a pris le risque d'investir dans un domaine réservé aux richissimes, insiste sur le rôle crucial de la créativité dans le succès de toute entreprise « *le défis que j'avais à l'époque et sur lequel je travaille jusqu'a présent c'est de prouver qu'un producteur n'est pas forcément un riche mais c'est quelqu'un de créatif, c'est quelqu'un qui dispose d'une fibre artistique, une personne qui sait dénicher les opportunités* ». En effet la créativité est bien le premier pas vers l'innovation. Tous deux constituent la force motrice du succès entrepreneurial. Toutefois, ce sont surtout les entrepreneurs d'opportunité qui investissent dans les domaines les plus porteurs et les plus technologiques.

Les éléments susmentionnés nous permettent d'affirmer que l'entrepreneuriat au Maroc n'est pas un phénomène homogène. En effet, les différents profils et portraits dressés dans la présente section témoignent de la richesse des expériences entrepreneuriales et leur hétérogénéité. Les projets développés par les entrepreneurs marocains sont également riches en matière d'innovation surtout chez la gent féminine. Il est temps maintenant de découvrir le processus emprunté par les marocains femmes et hommes pour concrétiser leur intention entrepreneurial, comprendre la logique de son déroulement et identifier ses facteurs explicatifs dans le contexte marocain. Cet élément fera l'objet de la section suivante.

Section 2. Le processus entrepreneurial genré : Spécificités, leviers et obstacles

Cette section a pour objectif d'analyser les expériences vécues par les entrepreneurs afin d'identifier dans un premier temps les spécificités du processus entrepreneurial amont (de la propension à l'acte) dans le contexte marocain, identifier les facteurs qui le favorisent ou l'inhibent et vérifier si cette expérience entrepreneuriale diffère selon le genre (féminin vs masculin) de l'entrepreneur ainsi que le type d'entrepreneuriat dans lequel il est engagé (Opportunité vs nécessité). Ce faisant, la section cherche à apporter des éléments de réponse pointus à la question principale de la recherche.

Afin de fournir une exploration complète du processus entrepreneurial, les aspects suivants seront examinés: la motivation des répondants à s'engager dans le processus entrepreneurial; le soutien qu'ils ont reçu dans le processus; leur possession relative du capital humain, social et financier nécessaire ainsi que les obstacles rencontrés. L'entrepreneur naissant doit être motivé pour démarrer son entreprise. La section commencera donc par examiner les motivations des entrepreneurs et les motifs qui ont stimulé leur choix pour la carrière entrepreneuriale.

I. Propension et intention entrepreneuriale : découvrir les motivations des entrepreneurs

Les chercheurs en entrepreneuriat soulignent que l'écart du genre est le résultat de différences universelles entre les sexes en matière de propension entrepreneuriale qui a des racines dans la biologie et la génétique (Shahriar, 2018). En revanche, la perspective sociale implique que le manque de participation des femmes à l'entrepreneuriat peut s'expliquer par un processus de socialisation différent, c'est-à-dire que les hommes et les femmes n'ont pas accès à la même éducation. Shahriar(2018) a étudié cette question dans une approche comparative entre une société patriarcale et matriarcale et a découvert que la position des femmes au sein du ménage et de la société peut justement les encourager ou les décourager à développer une carrière entrepreneuriale.

S'intéresser à l'entrepreneuriat dans la société marocaine patriarcale interpelle donc un focus sur les différents types et cadres de son émergence. Propension, motivation puis intention ; poussé par la nécessité ou motivé par l'opportunité, initié par une

femme, un homme ou les deux ; le processus entrepreneurial présente une grande hétérogénéité au Maroc.

1. La propension des marocains à entreprendre

Comme elle a été déjà définie dans le premier chapitre, la propension entrepreneuriale est une tendance naturelle, un penchant vers la carrière entrepreneuriale. Sous l'influence de son environnement et ses antécédents entrepreneuriaux, l'individu est sensibilisé à l'entrepreneuriat et n'écarte pas l'éventualité de fonder son entreprise.

1.1 Une fibre entrepreneuriale développée très tôt dans la vie

Avez-vous déjà vendu des abricots verts à l'entrée de votre maison ? Vos manuels scolaires à la fin d'année ? Avez-vous exercé une petite activité commerciale quand vous étiez très jeune ? Nombreux sont les entrepreneurs de notre échantillon qui ont exprimé une fibre entrepreneuriale très tôt dans la vie.

Passionné par l'activité exercée depuis un très jeune âge ou ayant déjà été un jeune entrepreneur amateur, les répondants nous ont fait découvrir leurs fascinantes histoires.

1.1.1 Les jeunes entrepreneurs amateurs

Alors qu'elles étaient encore étudiantes au lycée, Sanae (E.5) et Fatima zahra (E.14) vendaient des bijoux et des accessoires à leurs camarades et connaissances « *quand j'ai commencé à grandir à l'âge de 18 ans, 19 ans, et avec une situation familiale un peu difficile, je ne pouvais plus demander l'argent à ma mère, c'est là ou j'ai commencé à faire de l'entrepreneuriat. Je me dirigeais vers une boutique en face de chez moi, et j'achetais des petites boucles à 2 dh avec les 10 dh d'argent de poche que j'avais. Et une fois à l'école, les filles me demandent elles sont jolies tes boucles tu les as eu d'ou, je leur disais : c'est importé de France, elles sont à 10 dh chacune. Et je vends le tout et je rentre avec 50 à 70 dh* » nous raconte Fatima zahra en affichant un large sourire. Pour le même objectif, celui de gagner plus d'argent de poche et avec une situation familiale un peu plus précaire, Rachid (E.19) a vendu de la coriandre et du persil alors qu'il n'avait que 15 ans.

Ayant pour objectif cette fois ci de trouver un moyen pour financer ses études Niama a exercé ses petites activités génératrices de revenus alors qu'elle venait tout juste d'obtenir son bac « *depuis que j'ai eu mon bac j'ai commencé à m'intéresser justement*

à l'entrepreneuriat, au début je n'ai pas pensé entrepreneuriat, mais j'ai pensé à trouver un moyen pour financer mes études... je commençais à faire des petits business, au début je faisais du e-commerce, j'importais des trucs de l'étranger et je revendais ici au Maroc via le digital, Facebook, Whatsapp je créais des groupes etc...et après j'ai commencé à rendre des services de community management, création de page etc. ». Pareil pour Yahya (E.10) qui s'est lancé très jeune dans le domaine de l'animation « À l'âge de 12 ans 13 ans j'ai commencé cette carrière... je faisais le clown. Même au niveau du primaire, j'animais les fêtes de fin d'année, j'ai une forte personnalité et j'étais très courageux ».

1.1.2 Le jeu du commerçant

Le jeu du commerçant était le préféré de Khnata (E.17) et Fayçal (E.18) qui ont développé une fibre entrepreneuriale en s'amusant.

Témoignages :

« La fibre entrepreneuriale je pense que je l'avais depuis mon enfance parce que quand on voulait jouer à l'époque il n'y avait pas d'internet, de tablette. Donc nous ce qu'on faisait avec nos cousins c'est de jouer en s'inventant des commerces. Je prenais tout ce que j'avais comme décoration, de stylo sur mon bureau et je jouais le rôle de vendeuse. J'avais envie de faire ça plus tard » (E.17)

« Lors de mon enfance j'ai vendu des abricots. Avec la famille on se réunissait chaque dimanche et on profite de l'occasion moi et mes cousins pour acheter beaucoup de friandises et on revendait à la famille au double et les bénéfices qu'on récolte on achète des pommes de terres pour préparer des chips le dimanche d'après et les revendre à la famille .A l'époque j'avais 8 ans ou 9ans » (E.18)

1.1.3 Un rêve d'enfance, une passion, puis un projet de vie

Etre designer de mode était le rêve d'enfance de Kaoutar (E.3) et Asmae (E.15), la couture une passion pour Fatema (E.1) et la décoration constituait une inspiration pour Samya (E.16). Après plusieurs années ces femmes ont transformé leur passion en projet et ont pu développer une carrière entrepreneuriale dans les domaines qui les avaient inspirés.

Témoignages :

« Le design est un rêve d'enfance » (E.3)

« Depuis mon enfance j'étais passionnée par le dessin, j'adore créer des modèles...Je n'avais pas cet esprit commercial, par contre je dessinais des modèles et je faisais porter mes créations à mes poupées depuis mon très jeune âge »(E.15)

« Quand j'étais étudiante, et quand le professeur s'absente je me dirige vers un club en face du collègue qui fait les métiers de l'artisanat. C'est comme ça que j'ai appris. La couture c'est ma passion... J'adore ce que je fais, si je pouvais travailler jour et nuit je n'allais pas hésiter » (E.1)

« Depuis que j'étais petite c'était une inspiration. Je faisais de la peinture, de la danse, des ateliers de création, des petites décorations et tout. Enfin c'était moi quand j'étais petite. Après quand j'ai grandi je me suis dit c'est un peu la même chose. La création, la décoration, tu as une touche personnelle dans tout ce que tu fais » (E.16)

1.1.4 Au-delà de la propension, une pulsion naturelle pour l'entrepreneuriat

Avec une propension un peu plus développée Fatimzhra (E.6) Chaimae (E.7) et Imane (E.8) étaient déterminées et conscientes qu'elles vont faire carrière dans l'entrepreneuriat malgré leur jeune âge.

Témoignages :

« J'avais toujours l'intention de devenir entrepreneure depuis le terminal » E.6

« Mon père est un expert-comptable et mes deux frères sont des ingénieurs et l'avantage dans tout ça c'est que depuis très, très jeune je leur dit que moi je ne ferai pas la carrière comme vous, à l'âge de 26 ans je serai dans ma boîte. Depuis que j'étais au collège je répétais ça pendant les vacances avec la famille. Moi à 26 ans je serai dans mon entreprise » E.7

« J'avais toujours eu l'idée de créer ma propre boîte » E.8

Il semble clair que le penchant pour l'entrepreneuriat se développe très tôt dans la vie de ces entrepreneurs. Toutefois, le maintien de cette propension jusqu'à l'âge adulte n'est pas toujours évident. Plusieurs circonstances, facteurs peuvent stimuler cette propension pour qu'elle puisse se transformer en intention ou la bloque à un niveau précoce et limitent par conséquent la création effective d'une entreprise.

1.2 La propension entrepreneuriale : stimulateurs et freins

La propension à s'engager dans une activité entrepreneuriale émerge généralement très tôt dans la vie des entrepreneurs de notre échantillon. En effet, l'entourage a un grand rôle à jouer puisque c'est généralement les parents qui incitent leurs enfants à exercer des petites activités entrepreneuriales pendant l'été ou lors des vacances scolaires. Une culture où on apprend à l'enfant une forme d'indépendance et on lui inculque indirectement cet esprit entrepreneurial. Nombreux sont ceux qui ont pu développer des petits projets (marchand de biscuits et friandises, vente de manuels scolaires) alors qu'ils ne dépassaient pas les 10 ou 11 ans. Ceci concerne plus les garçons que les filles et surtout ceux issus de la classe pauvre à moyenne. Plusieurs interviewés (E.7, E.18, E.19) trouvent que généralement dans les pays méditerranéens ou nord africains il y a une pulsion naturelle vers l'entrepreneuriat « *ça fait partie de nos gènes, nous avons toujours cette envie d'entreprendre puisqu'on déteste la hiérarchie* » (E.18). Toutefois si ce penchant vers la carrière entrepreneuriale est stimulé par les effets culturels notamment ceux reflétés par l'entourage, cela peut également constituer une barrière à l'entrepreneuriat en limitant le développement de la propension qui stagne à un niveau précoce à cause des stéréotypes transmises de génération en génération « *les barrières culturelles dans notre pays limitent cette propension. On te dit non mon fils je veux que tu sois médecin ou architecte, donc depuis l'enfance tu égalise une belle vie à un bon salaire, une femme et une belle maison* » (E.18). Cela renvoie dans la littérature aux normes subjectives qui constituent des règles de conduite dictées par la société (Vallerand, 1994). Ces attentes généralisées concernant le comportement adopté au cours d'un processus de socialisation et s'acquièrent principalement par le biais de la famille, de l'école et du milieu professionnel (Tounès, 2003). En outre, le contexte socioculturel marocain encourage le mariage précoce. Les jeunes filles se trouvent à un très jeune âge sous les ordres de leurs conjoints qui parfois décident du chemin à emprunter dans leur carrière professionnelle ou les limitent au statut de femme au foyer. Le cas d'Asmae (E.15) est très révélateur de cette réalité sociale. Mariée très jeune, c'est son mari qui l'oriente vers l'infographie pour qu'elle puisse travailler à son compte plus tard « *je me suis mariée très jeune. J'étais toujours en première année bac. Dès l'obtention de mon bac c'est mon mari qui a décidé pour moi...il n'est pas d'accord à ce que je travaille avec quelqu'un d'autre, il m'a donc orienté vers l'infographie pour travailler avec lui* ». A la différence de plusieurs jeunes marocaines, la ténacité de la jeune

Asmae pendant de longues années a payé. Elle a pu finalement lancer son projet et réaliser son rêve.

Plusieurs auteurs ont considéré **l'aversion au risque** comme un frein au développement de la propension entrepreneuriale. Au Maroc, comme nous l'avons déjà mentionné dans le chapitre 3, l'aversion au risque constitue un frein sérieux à la transformation de la propension en acte entrepreneurial (Ouazzani, 2015). En effet, nos résultats montrent justement une grande aversion au risque dans la société marocaine. Une société qui privilégie la sécurité du fonctionnariat, ou du moins le salariat. Au Maroc la norme du succès professionnel c'est : « *avoir un diplôme, décrocher un job, avoir un bon salaire et se marier. C'est le parcours sur lequel nos parents nous dirigent depuis qu'on est petit* » (E.18). Mais ce n'est pas toujours le cas quand il s'agit de la femme entrepreneure. Le conjoint par contre « *peut avoir un avis différent en fonction du statut professionnel de sa femme, la future entrepreneure* ». Il préfère l'entrepreneuriat au salariat pour que sa femme soit plus disponible « *Mon mari était pour l'entrepreneuriat, parce que lui aussi s'intéresse à ce que je m'occupe plus de ma famille* » (E.5). Toutefois, quand elle est femme au foyer, le conjoint refuse catégoriquement cette option « *Mon mari était strictement contre l'idée et n'acceptait pas que je travaille en dehors de la maison* » (E.2). Ceci dit, l'écart du genre en termes de propension entrepreneuriale est lié en plus de l'aversion au risque à l'intervention du conjoint dans le choix de carrière des femmes entrepreneures. Par ailleurs, si les marocains présentent une grande aversion au risque à cause des stéréotypes liées à la sécurité du salariat à l'encontre de l'entrepreneuriat, les entrepreneurs ayant décidé de franchir le pas nous parlent d'une prise de risque mesurable et contrôlée. Pas seulement au début de l'aventure mais tout au long du processus et surtout dans la phase de décision et du passage à l'acte. Bien entendu, si les personnes occupent déjà des postes prestigieux et bien rémunérés (entrepreneurs d'opportunité), l'aversion pour le risque et la réticence à prendre les mesures audacieuses nécessaires pour lancer une nouvelle entreprise s'amplifient puisqu'il n'est pas toujours évident de quitter sa zone de confort pour un avenir incertain. Ceci rend ainsi la tâche plus difficile pour les entrepreneurs d'opportunité comparativement aux entrepreneurs de nécessité qui n'ont pas trop le choix.

Finalement, qu'on le veuille ou non, la culture marocaine patriarcale limite toujours l'accès des femmes à la prise de décisions et donne tous les pouvoirs à l'homme qui en abuse des fois comme l'a démontré le cas d'Asmae (E.15) plus haut.

La propension entrepreneuriale peut également se matérialiser à travers la connaissance de modèles d'entrepreneurs et l'envie de leur ressembler. Ce sont des entrepreneurs de renommée internationale, nationale ou relevant de l'entourage proche (amis, familles) dont l'expérience et le succès ont inspiré bon nombre de jeunes entrepreneurs marocains. Pour Kaoutar (E.3), c'est une Fashion Designer Indonésienne qui l'a toujours inspiré. Le grand entrepreneur américain Robert Kiyosaki⁵⁵ est un modèle pour Naima (E.9) qui suit toutes ses conférences et lit tous ses livres. Bill Gate, Steve Jobs ou encore des entrepreneurs marocains comme Miriem Bensaleh, Karim Tazi, Farid Bensaid et bien d'autres personnalités ont été mentionné lors des entretiens comme ayant inspiré et booster les entrepreneurs à se lancer dans l'aventure. Fatimazahra (E.14) quant à elle a beaucoup appris de sa mère. Veuve à 32 ans, la jeune maman s'est lancé en entrepreneuriat pour subvenir aux besoins de sa petite fille qui devint entrepreneure à son tour en la prenant comme exemple et en tirant profit de son expérience. Par ailleurs, certains entrepreneurs n'associent pas leur penchant pour l'entrepreneuriat à des personnages spécifiques « *Pas vraiment c'est après quand j'ai intégré le domaine que j'ai commencé à découvrir des entrepreneurs, comment ils ont commencé, comment ils ont réussi* » (E.16) et d'autres trouvent que leur passion s'est accentuée grâce à leur expérience para-universitaire notamment à travers leur intégration au réseau Enactus « *C'est plutôt mon expérience à Enactus qui m'a le plus inspiré à devenir entrepreneure* » (E.17).

Si cette propension a dû se transformer en intention, c'est surtout grâce à ou à cause d'un événement, un déclic qui a bouleversé la vie de ces individus et les a motivé pour mener une carrière entrepreneuriale.

⁵⁵Robert Kiyosaki, né le 8 avril 1947, est un entrepreneur américain spécialisé dans le développement personnel. À travers ses livres et les jeux qu'il commercialise, il défend le concept d'éducation financière, qui inclut la culture de l'entrepreneuriat, la formation commerciale et la maîtrise des techniques d'investissement.

2. Poussé par la nécessité et/ou motivé par l'opportunité

Comme il a été déjà mentionné au niveau du troisième chapitre, section 2, la motivation joue un rôle important dans l'entrepreneuriat en déterminant si l'entrepreneur démarre son entreprise et la direction qu'il lui donnera. L'examen de la littérature montre que les facteurs de motivation sont souvent divisés en facteurs d'incitation (*push*) et d'attraction (*pull*), par lesquels les entrepreneurs sont soit poussés vers l'entrepreneuriat en raison de déplacements/facteurs négatifs, soit ils seraient entraînés vers l'entrepreneuriat en raison de déplacements/facteurs positifs. Ces critères de base sont les plus acceptés pour discuter de la motivation entrepreneuriale, et aboutissent à la distinction entre deux types d'entrepreneuriat : d'opportunité versus de nécessité.

Avant de considérer l'expérience des entrepreneurs composant notre échantillon et les facteurs motivationnels de nécessité ou d'opportunité dont ils ont fait part, il convient de présenter la définition retenue dans le présent travail. Pour faire simple, nous nous référons à Shapero et Sokol (1982) dans leur conception de la formation de l'événement entrepreneurial et leur présentation des déplacements positifs et négatifs (Figure 4). La définition retenue est que les motivations d'opportunité/nécessité renvoient aux événements perçus positivement/négativement par l'individu et qui renforcent son besoin et sa motivation de se lancer en entrepreneuriat et constituent même les raisons du déclenchement du processus entrepreneurial. Néanmoins, l'analyse de la littérature montre que la séparation des facteurs positifs (*pull*) et négatifs (*push*) ne tient pas compte du caractère complexe de la motivation et que les deux éléments peuvent être combinés (Giacomin, Janssen and Guyot, 2016). Cette perspective est apparente dans le cadre de ce travail. En effet, l'analyse des récits des entrepreneurs marocains montre que leurs motivations sont étroitement liées et imbriquées. En tant que tel, classer les motivations des entrepreneurs simplement en tant que facteurs *push* ou *pull* semblait être trop large pour mieux expliquer les résultats, car dans chaque grande catégorie, divers facteurs de motivation ont été identifiés et les entrepreneurs ont évoqué dans la majorité des cas des facteurs *push* et *pull* à la fois (motivations mixtes). Par conséquent, une exploration profonde des facteurs et événements réels de chaque motivation seront inclus pour produire une analyse plus fine et plus perspicace. Le tableau ci-dessous a pour objectif d'explorer

la motivation motrice des entrepreneurs pour démarrer leur entreprise en faisant entendre leur voix.

Tableau 25: Motivations de nécessité/Opportunité

Entrepreneurs	Motivations/ Facteurs de déclenchement		Témoignages (Verbatims)
	Opportunité (<i>pull</i>)	Nécessité (<i>push</i>)	
Femmes			
E.1		Incapacité à suivre ses études	« À l'époque je voulais terminer mes études mais on avait pas de lycée à la campagne. C'est comme ça que j'ai appris la couture et j'ai commencé à avoir des commandes »
E.2		Chômage du conjoint Le décès de la maman	« Ma mère était cuisinière, après son décès j'ai voulu que son métier reste vivant, tant qu'elle m'a appris la cuisine j'ai voulu la succéder. Surtout quand mon mari était au chômage c'est moi qui prenais en charge tout le foyer. Mais c'est la mort de ma mère qui m'a le plus motivé dans ce projet »
E.3	Opportunité de financement	Enfance difficile	« Si on remonte dans l'histoire, cet envie de devenir entrepreneur date de l'âge de 5 ans, pourquoi parce que quand j'avais cet âge notre situation familiale était un peu difficile, mon papa était au chômage » « Quand j'ai atteint ma 4ème année à l'ENCG je me suis dit qu'il est temps pour créer l'entreprise j'ai intégré ENACTUS et j'ai commencé le projet entrepreneurial. Déjà il y a eu une opportunité de financement de l'ambassade américaine, le projet s'appelle USFONDATION ici à El Jadida , et j'ai eu 4 machines et c'est là ou l'entreprise a commencé »
E.4	Besoin d'indépendance/ Être son propre patron	Insatisfaction dans le	« je me suis lancé pour être indépendante...J'avais toujours eu l'idée de créer ma propre boîte, juste après mon master j'étais entrain de chercher un travail, j'ai trouvé heureusement facilement, et durant mon travail j'étais entrain de songer qu'est-ce que je peux faire pour devenir entrepreneure pour travailler pour moi-même » « à chaque fois où j'étais nouvellement recrutée je commence à fonder le système de management de santé sécurité au travail, et là c'est un travail de consulting ce n'est pas

		travail salarié	<i>un travail de quelqu'un qui vient de commencer son travail...le déclic c'était en fait le dernier job que j'avais, j'étais mal à l'aise. je travaillais en tant que directrice nationale de sécurité d'une multinationale, mais je n'étais pas à l'aise, même si le salaire était bien, les avantages sociaux aussi, mais je pensais que je devais faire quelque chose pour moi-même »</i>
E.5	Opportunité d'affaire	<p>Insatisfaction dans le salariat/ Absence d'évolution</p> <p>Concilier vie privée et vie professionnelle</p>	<p><i>« Et déjà le cadre de l'entreprise ou je travaillais, ne me plaisait plus. mais après il y a un truc, quand tu passes 5 ans dans une entreprise tu n'évolue pas , tu ne changes pas de poste, ça t'arrive que de répéter les mêmes tâches ce qui n'est pas intéressant côté connaissance, j'ai tenté d'évoluer ça n'a pas marché »</i></p> <p><i>« là j'étais enceinte de mon deuxième enfant et depuis ce temps-là, depuis que je suis tombé enceinte j'ai pensé à créer une entreprise. J'ai su qu'il n'y a personne qui va s'occuper de mon bébé »</i></p> <p><i>« c'était la journée de la femme, j'ai tâtonné, moi j'étais toujours salariée, et j'ai tâtonné avec une entreprise pour la distribution des roses pour les collaboratrices de la société ou je travaillais, et ça a marché j'ai gagné, j'ai pu vendre. J'étais enceinte et j'ai travaillé toute la nuit pour préparer les roses, parce que le lendemain je devais occuper mon poste normal. Toute la nuit j'ai travaillé sur les roses je les ai décoré et j'ai pu dégager des bénéfices, et je me suis dit c'est mon projet c'est l'entreprise que je vais créer ».</i></p>
E.6	Opportunité d'affaire	<p>Concilier vie privée et vie professionnelle /contrainte de temps</p> <p>Insatisfaction dans le salariat</p>	<p><i>« La contrainte de temps, à cause de mes enfants j'avais le besoin de créer mon propre projet pour avoir plus de liberté »</i></p> <p><i>« J'avais toujours l'intention de devenir entrepreneure depuis la « terminale », je n'avais pas l'idée de travailler comme salariée j'ai résisté pendant deux ans rien que pour acquérir de l'expérience »</i></p> <p><i>« J'avais une bonne expérience dans le secteur industriel et j'avais l'opportunité de ne pas avoir de concurrents, j'avais le portefeuille client fournisseur technique et le secteur était vierge »</i></p>

E.7	Besoin d'indépendance Opportunité d'affaire	Insatisfaction dans le salariat	<p>« Le salariat, tu subis de la hiérarchie, tu dois t'impliquer, tu rentres à 8h, tu touches un salaire et c'est tout. Il n'y a pas d'évolution, pas de créativité et tes ambitions sont limitées »</p> <p>« Mais toujours le rêve qui m'accompagne, depuis toujours je cherche l'indépendance, je déteste la hiérarchie, je suis souvent dans le contact avec les gens, j'adore partager, j'adore créer et j'adore donner ma valeur ajoutée »</p> <p>« Donc j'ai visualisé ça et en faisant mes recherches je préparais, mon BM, ma stratégie etc. et je me suis dit écoute c'est une opportunité qu'il faut saisir »</p>
E.8	Opportunité d'affaire Capitalisation d'expérience dans le pays d'origine	Insatisfaction dans le salariat	<p>« quand je me suis lancé au Maroc dans le conseil et la formation en efficacité commerciale, c'est parce que je sais qu'en cette discipline il y a beaucoup de déficit... Et donc se lancer dans ce créneau était nettement avantageux ce qui a permis aussi de transposer cette idée au Maroc, parce que je sais que le manque existe aussi au Maroc ».</p> <p>« En fait on va dire que c'est cet amour aussi pour le pays...Donc pouvoir contribuer ne serait-ce qu'avec un minimum d'acquis que j'ai pu avoir à l'étranger et faire partager cette expérience c'était vraiment pour moi une motivation »</p> <p>« La première fois c'était à 21 ans, c'était en parallèle avec mes études, l'idée m'est venue après en fait un parcours d'alternance dans une société, ou j'ai compris en fait que le salariat n'était pas pour moi, et que j'avais toujours en fait cette audace d'entreprendre et je voulais la concrétiser ».</p>
E.9	Besoin de s'enrichir	Insatisfaction au salariat	<p>« j'ai vu que c'était financièrement beaucoup plus rentable que le salariat. Et c'est comme ça que ça a commencé ».</p> <p>« j'ai testé le salariat et ce n'était pas évident ... alors je me suis dit ça c'est quelque chose que je ne veux pas faire, je ne veux pas être salarié, je veux entreprendre pour pouvoir avoir cette liberté, pour pouvoir grandir pour pouvoir rencontrer d'autres personnes, pour pouvoir me développer »</p> <p>« là avec les difficultés en fait parce que je suis maman j'avais ma fille au début, et je</p>

		Concilier vie privée et vie professionnelle	<i>me disais qu'il faut que je passe à l'acte donc je décide sérieusement d'entreprendre et que je me donne tous les moyens dont j'aurai besoin pour réussir en entrepreneuriat parce que j'ai plus envie d'être salariée, par ce que j'ai envie de passer de temps avec ma famille, et j'ai envie de faire quelque chose qui a vraiment de la valeur pour les autres. Et c'est comme ça que j'ai créé cette entreprise ».</i>
E.14	Opportunité d'affaire Etre son propre patron	Situation familiale difficile	<p><i>« je voulais avoir un style de Abaya que je n'ai pas trouvé au Maroc, donc il n'y avait aucun produit qui répondais à mon besoin c'est comme ça que j'ai eu cette idée, je me suis dit tant que moi j'ai ce besoin, il y a surement une autre personne, deux et 10 qui ont le même. Donc c'était à moi de prendre l'initiative et répondre à leurs besoins »</i></p> <p><i>« Moi depuis le début j'étais contre de travailler chez quelqu'un qui va me donner des ordres. Depuis je disais toujours que je pouvais atteindre n'importe quel niveau d'étude mais un jour je ferai mon propre projet »</i></p> <p><i>« Quand j'ai commencé à grandir à l'âge de 18 19 ans avec une situation familiale un peu difficile, je ne pouvais plus demander l'argent à ma mère, c'est là où j'ai commencé à faire de l'entrepreneuriat »</i></p>
E.15		Insatisfaction dans le salariat	<i>« Les mois de stage que je passais chez lui dans la société étaient très ennuyeux. Je passais un mois très ennuyeux des tâches répétitives, ça ne correspondais pas à ce que j'aime faire. Du jour au lendemain j'ai décidé de basculer et changer de carrière »</i>
E.16		Insatisfaction dans le salariat Concilier vie privée et professionnelle	<p><i>« Je me disais un jour je ne vais pas rester salariée. Je n'aimais pas ça parce que je suis très active pour rester dans un bureau ce n'était pas possible »</i></p> <p><i>« La première motivation était au cours de la grossesse, j'avais un horaire catastrophique, de 7h à 19h du soir chaque jour. Alors quand je me suis projeté à long terme avec un bébé ce n'était pas possible. Il n'y a pas une crèche qui ouvre avant 7h et il n'y a pas une crèche qui ferme après 19h. J'étais obligé de laisser tomber. Après je me suis dit bon je vais faire mon petit projet »</i></p>
E.17	Opportunité d'affaire		<i>« Donc nous on voulait avoir un espace dédié au travail, non-fumeur avec une bonne connexion. C'est comme ça qu'on a pensé à créer cet endroit parce que le besoin y est.</i>

		Insatisfaction dans le salariat	<p><i>Et en discutant avec des collègues ils ont exprimé le même besoin »</i></p> <p><i>« c'est ce qui m'a fait un peu réfléchir je me suis dit je ne suis pas du tout faite pour le salariat, pour être sous les ordres de quelqu'un qui parfois abuse de ton poste et de ta situation en tant que salarié chez lui. C'était le déclic. Une fois j'ai démissionné du cabinet je me suis dit moi et le salariat c'est terminé et on a pensé tout de suite à sauter le pas et passer à l'entrepreneuriat »</i></p>
Hommes			
E.10		Contexte familial défavorable Incapacité à suivre ses études	<p><i>« Ma famille est en situation de précarité, ils sont incapable de subvenir à mes besoins, donc j'étais dans l'obligation de me prendre en charge »</i></p> <p><i>« pour étudier dans une autre ville, c'est énormément de charges, donc j'ai fait un calcul et je me suis rendu compte que mes moyens et les conditions familiales ne permettent pas de passer 4 ans à rabat. C'était impossible »</i></p>
E.11	Maitrise du domaine		<i>« J'ai travaillé en tant que salarié et j'ai eu une bonne expérience, je maîtrise ce domaine parce que je travaillais déjà quand j'étais étudiant, et j'ai toujours fais des propositions quand j'étais salarié, en Emirates j'étais manager d'équipe, et quand je suis rentré au Maroc j'ai décidé de créer mon entreprise »</i>
E.12	Opportunité d'affaire Indépendance	Insatisfaction dans le salariat	<p><i>« l'idée de la création d'une agence d'assurance est venu sur une réflexion qui a muri au fur et à mesure du temps, c'était dans un premier temps créer l'entreprise dans un métier de services, soit dans le conseil soit dans l'accompagnement et l'opportunité s'est présenté de pouvoir passer un concours pour pouvoir avoir un agreement, chose que j'ai fait et de fil en aiguille je me suis retrouvée dans ce domaine »</i></p> <p><i>« L'indépendance, en fait certes ma passion est celle de donner des cours, mais j'ai toujours voulu avoir ma propre activité commerciale »</i></p> <p><i>« Le salariat ne m'a jamais interpellé, j'ai travaillé pendant 3 ou 4 ans dans une entreprise internationale en France, et en rentrant j'ai trouvé que ce n'était pas le cadre dont je voulais évoluer. Avoir une certaine hiérarchie, avoir un certain temps</i></p>

			<i>bien établie, organisé selon une routine quotidienne n'était pas dans mes cordes »</i>
E.13	Capitalisation d'expérience		<i>« déjà je suis passé par un poste d'auditeur et d'un consultant et j'étais très épanouie au niveau de ce travail j'étais très satisfait et je donnais à fonds, donc quand j'ai préparé ma thèse j'ai travaillé dans le même domaine c.à.d. la finance et la comptabilité, j'ai dis pourquoi ne pas bénéficier de la capitalisation d'expériences en terme de conseil et d'expertise comptable pour faire mon cabinet »</i>
E. 18	Travailler à son compte	Insatisfaction dans le salariat	<i>« Même mon rêve d'enfance c'était d'être architecte. Pour la simple raison qu'il y a la partie dessin et la deuxième partie parce que c'est un métier libéral et donc j'allais travailler à mon compte. Donc cette envie de travailler à mon propre compte existait depuis mon très jeune âge » « Mais le déclic c'était le salariat...j'ai commencé à revoir mes plans et après quand j'ai commencé le boulot à casa en tant que salarié. J'ai senti que je n'étais pas fait pour le salariat »</i>
E.19		Insatisfaction dans le salariat	<i>« J'étais très mal à l'aise avec une cravate serrée, je jure que je me suis mis devant le miroir et je me suis dit je ne suis pas fait pour ça, ce n'est pas moi. Et j'ai démissionné »</i>

Source : Auteur

2.1 Entrepreneuriat de nécessité : les facteurs *Push*

Le facteur *push* le plus évoqué par les entrepreneurs de notre échantillon et qui les poussent à opter pour l'entrepreneuriat est **l'insatisfaction dans l'emploi salarié**. Parmi les dix-neuf entrepreneurs, douze ont exprimé leur mécontentement à l'égard de leur emploi antérieur. Les raisons qui ont déclenché cette insatisfaction et par conséquent le choix de la carrière entrepreneuriale sont : l'absence d'évolution de carrière, l'exploitation et l'abus, les tâches routinières, la hiérarchie et des conditions de travail défavorables. En dehors des entrepreneurs qui ont expérimenté le travail salarié et étaient insatisfait de leur expérience, Fatima zahra (E.14) est contre ce choix de carrière sans même l'avoir essayé « *Moi je n'ai pas terminé mes études parce que je ne me vois pas travailler chez quelqu'un, lui il va s'enrichir et moi je resterai toujours salarié, lui il va se développer et toi tu seras toujours salarié. Moi depuis le début j'étais contre le fait de travailler chez quelqu'un qui va me donner des ordres [...] Je ne veux pas grandir et mourir et quand quelqu'un demandera ce que je faisais ils diront salarié dans une entreprise* ». Par ailleurs, même dans des conditions satisfaisantes, les entrepreneurs présentent une certaine réticence vis-à-vis de l'emploi salarié. C'est le cas de Imane (E.4) qui occupait le poste de directrice nationale de sécurité au sein d'une multinationale « *je n'étais pas à l'aise, même si le salaire était bien, les avantages sociaux aussi, mais je pensais que je dois faire quelque chose pour moi-même* ».

Le deuxième facteur *push* le plus mentionné par les entrepreneurs est relatif à un **contexte familial défavorable**. Il s'agit principalement d'une situation de précarité causée par le chômage du conjoint ou du père, une enfance difficile, l'incapacité de poursuivre ses études ou le décès d'un proche.

Le troisième facteur *push* concerne particulièrement les femmes. Il s'agit de **concilier la vie personnelle et professionnelle**. En fait 50% des mompreneurs⁵⁶ de notre échantillon et toutes celles ayant occupé un poste d'emploi salarié ont évoqué cette motivation comme étant celle qui a orienté leur choix pour la création d'entreprise. L'entrepreneuriat est ici un moyen pour ces femmes de répondre simultanément à leurs propres besoins de carrière et à ceux de leurs enfants. Cette décision est généralement prise au cours de leur grossesse.

⁵⁶ Maman et entrepreneur

2.2 Entrepreneuriat d'opportunité : Facteurs Pull

En revanche, les facteurs pull qui ont émergé des données et ont attiré les entrepreneurs vers l'aventure entrepreneuriale sont également regroupés dans trois catégories : l'exploitation d'une opportunité d'affaire, le besoin d'indépendance et d'autonomie et le besoin de s'enrichir.

Plusieurs entrepreneurs se sont lancés en entrepreneuriat pour **exploiter une opportunité d'affaire**. Cette motivation regroupe le fait de vouloir satisfaire un besoin détecté sur le marché, s'investir dans un créneau où il n'y a que peu ou pas de concurrents, capitaliser son expérience professionnelle dans un domaine bien maîtrisé ou profiter d'une offre de financement. En effet, les entrepreneurs sont généralement attirés par les opportunités d'affaire, même quand la cause principale qui les pousse vers l'entrepreneuriat est négative, ils cherchent tout de même une opportunité sur le marché pour investir et donner vie à leur projet. C'est d'ailleurs pour cette raison que l'exclusivité des motivations de nécessité/opportunité reste très discutable (Gabarret et Vedel, 2015).

Un autre facteur pull qui a motivé les répondants était le désir inné **d'être indépendant**. Plusieurs entrepreneurs se sont lancés dans l'aventure pour travailler à leur propre compte et gagner en termes d'autonomie. Cette motivation a été exprimée aussi bien par les femmes que les hommes et constituait un souhait de longue date. Par exemple Fayçal (E.18) avait comme rêve d'enfance de travailler à son propre compte et Fatima Zahra (E.14) n'a jamais pensé à travailler pour quelqu'un. Elle a même refusé de faire des stages après l'obtention de son diplôme pour la seule raison qu'elle ne supporte pas la hiérarchie « *ma mère voulait que je sois salariée, parce que j'ai fait des études, ils ont toujours insisté que je fasse des stages. Je leur avais dit écoutez, moi je ne vais jamais travailler pour quelqu'un je vais développer mon propre projet* ». C'était également le cas pour Ibtissam, Chaimae et Soufiane qui se sont tous lancés dans l'entrepreneuriat pour réaliser l'ambition d'être leur propre patron.

Un seul entrepreneur a soulevé le troisième facteur pull qui est le besoin de s'enrichir. Après tout, le choix d'une carrière prend certainement compte du facteur argent. Il est toutefois intéressant de noter que la motivation financière n'apparaît jamais seule. En effet Niama, l'entrepreneure de notre échantillon qui a fait le plus d'aller-retour entre

salariat et entrepreneuriat, a été poussée vers l'entrepreneuriat principalement pour pouvoir concilier vie privée et vie professionnelle mais également parce qu'elle a découvert suite à son expérience de femme active que l'entrepreneuriat était plus rentable « *j'ai vu que c'était financièrement beaucoup plus rentable que le salariat. Et c'est comme ça que ça a commencé* ».

2.3 Des facteurs *Push* et *Pull* imbriqués

Lors des enquêtes menées par le *Global entrepreneurship Monitor* l'entrepreneur est censé choisir exclusivement entre une motivation *push* ou *pull*. N'ayant pas la possibilité de désigner une option entre ces deux extrêmes, cet aspect peut mener à une mauvaise interprétation de la motivation. En outre, souvent les changements de vie des individus sont provoqués par une combinaison de facteurs positifs et négatifs (Shapiro et Sokol, 1982). C'est justement le cas dans le contexte marocain. En effet, onze répondants ont évoqué des facteurs mixtes (*push* et *pull*) comme ayant motivé leur choix pour la carrière entrepreneuriale. Par exemple, Sanae la fleuriste était insatisfaite dans son poste de salariée qu'elle a occupé pendant 5 ans, et pourtant elle ne s'est pas lancée directement dans l'entrepreneuriat. Elle a par contre demandé à changer de poste, à évoluer mais en vain. C'est plus tard quand elle est tombée enceinte qu'elle a commencé à penser sérieusement à créer son entreprise. Par ailleurs, elle ne s'est décidée à passer à l'acte que lors de la journée de la femme, une opportunité qu'elle a saisie alors qu'elle était encore salariée.

La classification des motivations en *push* et *pull* provoque également des problèmes dans l'interprétation des résultats (Gabarret and Vedel, 2015). Par conséquent, le Tableau 25 permet non seulement de présenter notre interprétation des motivations évoquées mais donne également la possibilité au lecteur d'explorer les différents témoignages et cerner cette ambiguïté dans la classification des motivations *push/pull*. C'est là où réside la force de la recherche qualitative qui tient compte des enjeux de la vie réelle et contribue à éclairer davantage le phénomène.

En prenant à titre d'exemple le discours de Chaimae, la jeune startupeuse qui a d'abord mentionné son mécontentement à l'égard du salariat « *Le salariat, tu subis de la hiérarchie, tu dois t'impliquer, tu rentres à 8h, tu touches un salaire et c'est tout. Il n'y a pas d'évolution, pas de créativité et tes ambitions sont limitées* » et a enchaîné par exprimer son désir pour l'indépendance « *Mais le rêve qui m'accompagne, depuis*

toujours c'est que je cherche l'indépendance, je déteste la hiérarchie, je suis souvent dans le contact avec les gens, j'adore partager, j'adore contribuer » ce qui revient finalement en même. Le désir d'être son propre patron est classé parmi les facteurs pull chez plusieurs auteurs mais il peut émerger du manque d'autonomie et la hiérarchie rencontrée dans l'emploi salarié ce qui provoque une insatisfaction et constitue par conséquent un facteur *push*. C'est le cas pour d'autres facteurs qui sont cités par les entrepreneurs comme des variables « *pull* » mais peuvent être interprétées également comme des motivations de nécessité « *push* ». Face à la classification ambiguë *push/pull*, la solution proposée par certains auteurs et celle de comprendre la motivation comme un continuum *push/pull* le long duquel différentes combinaisons peuvent exister. Toutefois, ce créneau doit être exploré davantage par les chercheurs en motivation entrepreneuriale pour une meilleure distinction des entrepreneurs de nécessité/opportunité. Dans le cadre de ce travail, des facteurs plus objectifs (situation financière, milieu social d'appartenance) ont été retenus en plus de la catégorisation *push* et *pull* pour déterminer le type d'entrepreneuriat nécessité/opportunité.

Pour résumer, il semble qu'il existe des tendances quant aux raisons pour lesquelles les répondants étaient motivés à démarrer leur entreprise. Les motivations exprimées par les dix-neuf entrepreneurs composant notre échantillon peuvent être regroupés en 6 catégories. La première motivation est la recherche de l'indépendance en travaillant à leur propre compte ce qui les libère des contraintes de l'emploi salarié qui elle constitue la deuxième motivation. Les entrepreneurs peuvent également être attirés par l'entrepreneuriat parce qu'ils ont détecté un besoin non encore satisfait sur le marché et souhaitent développer une solution spécifique pour le satisfaire et profiter par conséquent de cette opportunité d'affaire. La quatrième motivation est liée à un contexte familial défavorable qui pousse les répondants à entreprendre pour subvenir à leurs besoins. Par ailleurs, ceux relevant d'une classe sociale moyenne ou riche optent pour l'entrepreneuriat pour s'enrichir davantage. Nous constatons que les hommes et les femmes entrepreneurs ont exprimé des motivations similaires à l'exception de la conciliation entre vie privée et vie professionnelle qui, elle, constitue la dernière motivation exprimée exclusivement par les femmes. Cependant, dans l'ensemble, l'entrepreneuriat offre une solution aux contraintes du travail salarié des

entrepreneurs et la possibilité de maximiser leur profit et réaliser leurs ambitions, quel que soit leur sexe.

3. Se lancer seul(e) ou avec des associé(e)s

Dans la recherche sur le genre et l'entrepreneuriat, de nombreuses études n'incluent pas les hommes entrepreneurs dans leur échantillon ce qui ne permet pas de comparer l'expérience entrepreneuriale féminine et masculine. De plus, cette limite ne permet pas non plus de comprendre si les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures sont dues à leur sexe ou s'il s'agit seulement de problèmes que tout entrepreneur, homme ou femme, est susceptible de rencontrer. Par conséquent, inclure des entreprises créées par des femmes, des hommes et même celles relevant d'un partenariat entre femmes et hommes dans l'échantillon, nous a donné l'occasion d'établir des comparaisons et une exploration plus complète des écarts soulevé sa été favorisée.

En outre, des recherches antérieures ont également été critiquées pour ne pas préciser si elles comparent les entreprises détenues par des femmes uniquement à des entreprises masculines ou à des équipes mixtes et si elles ont contrôlé l'impact de la copropriété mixte (Rosa et Hamilton, 1994). Dans la pratique, de nombreuses recherches se sont concentrées uniquement sur la comparaison des entreprises appartenant à des hommes et des femmes. Cette approche néglige les subtilités de la situation et risque de masquer la complexité réelle du genre dans les entreprises co-créées et cogérées par des entrepreneurs hommes et femmes. Par conséquent, nous incluons dans cette recherche les entreprises mixtes afin de découvrir la manière dont les hommes et les femmes interagissent en tant que copropriétaires. Toutefois, la copropriété rend difficile la distinction «entrepreneuriat féminin» ou «entrepreneuriat masculin».

Pour traiter la question de propriété et copropriété nous nous référons aux travaux deMoult et Anderson (2005) et Bates (2002) et retenons ce qui suit :

- Entrepreneuriat féminin : toute entreprise fondée, achetée ou développée par une femme (ou plusieurs) qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et participe à sa gestion courante.
- En cas de copropriété, les entreprises féminines sont celles dans lesquelles les femmes possèdent au moins 51% du capital. Et en cas de copropriété 50/50

hommes / femmes d'une entreprise, la propriété est attribuée au propriétaire qui a déclaré avoir travaillé le plus d'heures et/ou qui représente le décideur majeur.

Concernant notre échantillon, le problème ne se pose pas pour Fayçal (E.18), le jeune producteur qui lance sa boîte de production avec son frère et associé qui lui est un jeune réalisateur. Niama (E.9) quant à elle, a créé son entreprise avec son associé qui est au même temps son époux et Khnata (E.17) s'est lancé dans l'aventure avec son collègue et ami de longue date.

Généralement les recherches sur le genre et l'entrepreneuriat excluent les entreprises co-crées par un couple marié puisqu'elles jugent difficile d'estimer le rôle de la femme dans ce type d'entreprises (Moult and Anderson, 2005). Cependant, le caractère qualitatif de la présente recherche permet d'explorer le rôle des femmes entrepreneures dans ces partenariats chose qui nous a poussé à garder le cas de Niama (E.9) et en tirer profit.

L'entretien avec cette jeune mompreneure qui a toujours été intéressée par l'entrepreneuriat a commencé par des plaintes « *Quand t'es associé avec un homme, il te dit ah tu te crois supérieure, en fait t'es qu'une femme, c'est plus moi qui sais gérer, c'est tes émotions, c'est tes hormones. Quand tu prends une décision il te dit c'est plus tes hormones qui sont entrain de décider tu n'es pas objective. Surtout quand j'étais enceinte chaque décision que je prends il croit que c'est juste une question d'hormones attention il ne faut pas faire ça.... La femme entrepreneure n'est pas prise au sérieux, on voit toujours son côté féminin, surtout que moi je suis associée à mon mari, et là c'est un autre problème. Il me dit non ça c'est une affaire d'hommes ça c'est une affaire de femmes, pour qui tu te prends, c'est à moi de traiter avec cette catégorie d'hommes et non toi ...* ». Pourtant, son mari a toujours encouragé le fait qu'elle entreprenne. D'ailleurs avant de se lancer à deux dans ce projet, Niama a fait deux fois faillite mais son mari était toujours là pour la soutenir « *Mon mari a toujours encouragé le fait que j'entreprenne et qu'on fasse quelque chose ensemble, pour qu'on soit toujours ensembles, ça me donnera plus l'opportunité de faire des activités ensembles, d'être plus avec la famille avec les enfants etc. il a toujours encouragé l'idée de l'entrepreneuriat* ».

Khната (E.17) par contre a pu s'imposer dans cette relation de partenariat. C'est même elle qui investit plus de temps dans le projet puisque son associé occupe un emploi salarié en parallèle « *on prend les décisions à deux, mais je suis plus présente dans l'espace vu la nature de son travail* ».

Suite aux entretiens approfondis, nous constatons que la majorité des entrepreneurs préfèrent démarrer seuls leur projet entrepreneurial. La culture a encore une fois un rôle à jouer dans cette préférence puisque d'après un adage en arabe dialectal marocain, se lancer dans un projet avec un partenaire sera une perte inévitable. En revanche, quand les entrepreneurs se décident de se lancer à deux ou à plusieurs, les hommes optent pour des coéquipiers masculins et les femmes auront également plus tendance à s'associer à des hommes (généralement un mari, un ami ou un membre de la famille). Par ailleurs, même si Khната et Niama se sont associés à des hommes, leur rôle dans la gestion de l'entreprise et leur contribution les uns autant que les autres était cruciale pour le lancement et le développement de leur projet.

Il faut dire que l'intention des marocains à entreprendre se développe au fur et à mesure que leur **expérience professionnelle** se nourrit. En effet, nos résultats montrent que la majorité des entrepreneurs ont exprimé une intention entrepreneuriale après avoir acquis une grande expérience professionnelle. Nombreux sont ceux pour qui le salariat a constitué un tremplin vers l'entrepreneuriat (E.4, E.5, E.7, E.9, E.11, E.16, E.17, E.18). En effet, même en exprimant une propension entrepreneuriale très tôt dans la vie, ces entrepreneurs ont choisi de se ressourcer au maximum avant de lancer leur propre projet. Développer une expertise, des *softskills*, un réseau, une base de données de clients potentiels, un portefeuille clients ou carrément développer son idée de projet et la tester tout en étant en sécurité dans l'entreprise d'autrui « *j'étais dans le salariat pendant 6 ans pour développer mes compétences, parce que c'était mon parcours académique, de développer mon réseau professionnel et de me challenger sur le terrain. J'avais des petites équipes que je gérais, ce qui m'a permis de développer mes softskills pour les mettre en application dans une fois dans mon entreprise* » (E.7), tels étaient les objectifs des ex-salariés de notre échantillon avant de travailler à leur propre compte. Ils déclarent tous que leur expérience professionnelle était un atout pour basculer vers l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, les jeunes entrepreneurs ayant suivi une **formation académique** en économie et gestion avec des modules axés sur l'entrepreneuriat trouvent que la

théorie (formation reçue) et le terrain (expérience vécue) sont deux variables complètement disparates.

Témoignages :

« Ils[les cours] ne t'apprennent jamais comment créer de la valeur, ils ne t'apprennent jamais comment gagner de l'argent mais plutôt comment le compter. C'est comme s'ils t'initient au salariat. Tu n'apprends à entreprendre que quand tu as les mains à la pâte » (E.3).

« Moi je sors d'un master en entrepreneuriat. Les choses qu'on m'a enseignées au Master n'ont vraiment rien à voir avec le terrain. C'est surtout qu'on nous apprend des choses théoriques qui ne sont pas toujours mises à jour. Le monde évolue, le marché économique évolue, il y a toujours des évolutions en tout ce qui est technologie digitalisation etc. chose que ces formations ne considèrent pas. Elles ne tiennent pas en compte surtout l'aspect Mindset de l'entrepreneur. Aujourd'hui un entrepreneur peut avoir une idée géniale, un business plan bien détaillé mais si il n'a pas le savoir être de l'entrepreneur il va abandonner au milieu du chemin. Il s'agit des softskills entrepreneuriales, les capacités, le Mindset, la mentalité entrepreneuriale, la capacité à prendre des risques, la capacité à gérer une situation difficile, à pouvoir aller jusqu'au bout. C'est ce dont on a tous besoin pour réussir en entrepreneuriat ! » (E.9).

« A l'université, il y a certes un module qui s'appelle entrepreneuriat, mais on vous apprend les outils pour gérer ... en tant que professeur, maintenant j'essaie d'éviter le déphasage entre ce qu'on enseigne et ce qu'il y a dans la réalité » (E.13)

« On a quand même un bagage théorique mais sur le terrain c'est tout à fait différent » (E.17).

Néanmoins, certains entrepreneurs soutiennent que leur parcours académique leur a tout de même permis de développer des connaissances utiles pour la gestion de l'entreprise et surtout à songer à des idées innovantes pour lancer leurs boîtes. Fayçal (E.18) considère que le producteur est avant tout un gestionnaire et trouve que sa formation en gestion était très utile pour switcher vers la gestion de sa boîte de production. Il souligne également que l'information qu'il a appris lors de sa formation et qu'il approuve entièrement est que l'entreprise a besoin de 3 ans 4 ans pour dépasser la fragilité des premières années. De sa part, Khnata (E.17) a pu élaborer

modestement un Business plan (manifestation de l'intention) grâce à son background théorique.

En parallèle avec la formation académique, **les activités para universitaires** ont un plus grand rôle à jouer quant à la manifestation de l'intention entrepreneuriale. Être membre d'un réseau d'entrepreneurs comme Enactus, participer aux startups weekends et aux compétitions entrepreneuriales au niveau national et international sont des initiatives relevées par les entrepreneurs comme ayant contribué grandement à nourrir leurs idées de projets et prendre ce rêve de devenir entrepreneur plus au sérieux.

II. Se décider et passer à l'acte pour donner vie à son projet

Si la propension entrepreneuriale est un penchant naturel pour l'entrepreneuriat, sa transformation en intention nécessite l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire plus ou moins formalisé, après vient la décision (phase cruciale du processus) de mobiliser les moyens disponibles (capital humain, financier et social) pour concrétiser son projet par la création d'une entreprise.

1. L'entrepreneur au centre du processus entrepreneurial : mobilisation du capital humain et *Mindset* entrepreneurial

Le capital humain renvoie au « *savoir-faire* » et fait référence à l'éducation, à l'expérience et à la formation (Davidsson and Honig, 2003). La recherche a révélé que les femmes autant que les hommes entrepreneurs ayant une bonne expérience professionnelle antérieure étaient plus susceptibles que ceux qui n'en disposent pas de réussir dans leur processus et poursuivre l'expansion de leur entreprise. Comme nous l'avons déjà mentionné plus haut, le salariat constituait un tremplin vers l'entrepreneuriat pour plusieurs interviewés. Toutefois l'objectif attendu de cette expérience de travail varie selon le type d'entrepreneuriat engagé (nécessité vs opportunité). Si les entrepreneurs de nécessité ont choisi la voie salariale pour financer leurs études (E.9, E.10, E.11, E.17, E.19), ou se prendre en charge (E.16, E.17), c'était plutôt une opportunité d'apprentissage et de préparation à l'aventure entrepreneuriale pour les entrepreneurs d'opportunité. Par exemple, Chaimae (E.7) et Imane (E.4) avaient pour objectif de se ressourcer, acquérir le maximum de connaissances, savoir-faire et savoirs-être et forger un large réseau pour les déployer dans le processus entrepreneurial « *j'avais besoin de passer quelques années*

d'expérience pour apprendre et prendre le maximum du travail pour que je puisse mener à bien ma mission en tant qu'entrepreneure » (E.4). De son côté, Chaimae se présentait avec une carte visite où c'est mentionné "*salariée, future entrepreneure*" échangeait avec les cadres, les managers et toute personne avec une carrière professionnelle riche qui croisait son chemin. Elle constituait ainsi une base de données qu'elle a déployé une fois entrepreneure. C'est pareil pour leurs homologues masculins dont les formations professionnelles ont permis d'accumuler les connaissances nécessaires, se décider et se lancer dans l'aventure.

En revanche, ceux qui n'avaient pas une grande expérience professionnelle ont pu développer leur capital humain grâce aux activités para universitaires. C'est le cas de Khnata (E.17) et Kaoutar (E.3) qui ont forgé un esprit entrepreneurial au sein du réseau ENACTUS⁵⁷ « *J'ai intégré pas mal d'associations, mais la principale et celle qui a joué un grand rôle au niveau de mon orientation vers l'entrepreneuriat c'est ENACTUS* » (E.13). Le tournant dans la vie de Fayçal (E.18) était une compétition de débat. Il est passé d'une personne très timide qui n'arrivait pas à prendre la parole en public et qui été incapable de prendre des initiatives à une personne confiante et décidé sur le chemin à suivre pour réussir sa vie entrepreneuriale.

Il faut dire que ces initiatives inspirent les jeunes étudiants et contribuent au développement de leur esprit entrepreneurial « *Sérieusement je n'avais pas une expérience professionnelle mais par contre j'ai fait partie de plusieurs clubs entrepreneuriaux à l'ENCG comme Enactus, je participais à la startup weekend Maroc, aux formations d'incubation de l'AFEM*⁵⁸ et c'est ainsi que j'ai développé cet esprit entrepreneurial » (E.3). Par ailleurs, si tous les entrepreneurs étaient hautement qualifiés et détenaient des diplômes supérieurs à l'exception d'E.1 et E.2, ils témoignent tous que la théorie et le terrain sont deux variables totalement disparates même quand il s'agit d'une formation en gestion. En effet, comme cela a été déjà initié plus haut, les entrepreneures ayant suivi une formation en gestion (E.3, E.7, E.9, E.17) ont pu développer quelques compétences techniques « *avec le petit background qu'on a, on a pu construire modestement un Business Plan* » (E.13) mais ne semblent pas profiter pour autant de cette formation dans le lancement et la gestion de leur entreprise « *ils ne t'apprennent jamais comment créer de la valeur, comment gagner*

⁵⁷Enactus développe l'esprit et les compétences entrepreneuriales des étudiants et les accompagne dans la mise en œuvre de projets d'entrepreneuriat favorisant le progrès sociétal.

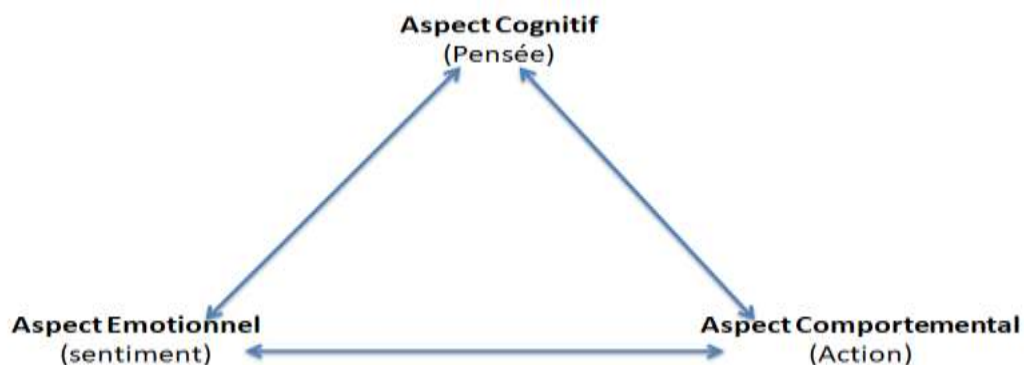
⁵⁸Association des Femmes chefs d'Entreprises du Maroc

de l'argent mais plutôt comment le compter. C'est comme s'ils t'initient au salariat...Tu n'apprends à entreprendre que quand tu mets les mains à la pâte» (E. 3). Nombreuses sont celles ayant exprimé l'inutilité de la formation, son inadéquation avec les changements notamment en matière de digitalisation et surtout son incapacité à bâtir un esprit entrepreneurial considéré à l'unanimité comme indispensable en entrepreneuriat puisqu'il conditionne l'aboutissement d'un projet et limite par conséquent l'écart entre l'intention et l'acte entrepreneurial.

Ainsi, en plus du savoir-faire, nous jugeons crucial de souligner dans cette section un facteur qui a émergé du terrain et qui concerne le savoir-être, les *softskills* ou ce qu'on peut réunir dans ce que la majorité des entrepreneurs appellent le développement d'un esprit/mentalité entrepreneurial « *entrepreneurial mindset* ». Cette notion est en vogue ces dernières années. Elle renvoie à cet état d'esprit qui nous donne les moyens de trouver de nouvelles idées, de résoudre les problèmes, de générer des solutions créatives et d'agir pour saisir les opportunités (Kuratko, Fisher and Audretsch, 2020). C'est la perspective mentale qui précède nos actions et nourrit nos émotions, nous permettant ainsi de créer et d'innover. Davis *et al.* (2016, p. 2) déclarent que l'esprit entrepreneurial est une "constellation de motifs, de compétences et de processus de pensée qui distingue les entrepreneurs des non-entrepreneurs".

En consolidant et en intégrant des idées provenant de diverses littératures Kuratko et al. (2020) proposent trois aspects distincts de l'esprit d'entreprise : l'aspect cognitif, comportemental et émotionnel (Figure 25). C'est justement ce que nous avons appris des expériences de ces entrepreneurs.

Figure 25 : La triade de l'esprit entrepreneurial



Source : Traduit depuis (Kuratko et al, 2020, p. 2)

la cognition entrepreneuriale consiste à comprendre comment les entrepreneurs utilisent des modèles mentaux simplificateurs pour rassembler des informations jusqu'alors non reliées qui les aident à identifier et à inventer de nouveaux produits ou services, et à rassembler les ressources nécessaires au démarrage et à la croissance des entreprises. En outre, un nouveau courant de pensée relie le fondement de l'esprit d'entreprise à l'adaptabilité cognitive, qui peut être définie comme la capacité à être dynamique, flexible et autorégulé dans ses cognitions dans des environnements de travail dynamiques et incertains.

L'aspect comportemental renvoie quant à lui à la "*capacité de pressentir, agir et se mobiliser rapidement en réponse à une décision de jugement dans l'incertitude d'une éventuelle opportunité de gain*" (Shepherd, Patzelt and Haynie, 2010, p. 62). En effet, la finalité de toute la cognition et la motivation des entrepreneurs est d'agir dans le monde et, ce faisant, de donner naissance à une entreprise, une organisation. D'ailleurs, les pensées, les intentions, les motivations, l'apprentissage, l'intelligence sans action ne créent pas de valeur économique (Bird and Schjoedt, 2009). Toutefois, il existe également un aspect émotionnel qui doit être reconnu lorsque les individus exploitent leur esprit entrepreneurial.

L'aspect émotionnel décrit ce que les entrepreneurs ressentent. Ce sont souvent ces sentiments qui peuvent alimenter l'esprit d'entreprise. Il est clair que le côté émotionnel doit être considéré comme un élément crucial de la mentalité entrepreneuriale cependant certaines émotions peuvent être destructives. Il s'agit du risque, du stress et de l'égo (Kuratko, Fisher and Audretsch, 2020).

Il faut reconnaître que les trois aspects de l'esprit entrepreneurial interagissent et se renforcent mutuellement. En effet, il est communément reconnu que les pensées individuelles ont un impact sur les actions et les émotions (Dweck and Leggett, 1988).

L'exploration des expériences des entrepreneurs a justement démontré la grande importance de l'esprit entrepreneurial dans la concrétisation des intentions entrepreneuriales et la création effective d'une entreprise et son développement. Nous relevons une liste d'attitudes et aptitudes entrepreneuriales considérées par les entrepreneurs de notre échantillon comme cruciales pour développer un esprit entrepreneurial, réussir son processus entrepreneurial et se lancer en affaire.

Figure 26 : Aptitudes et attitudes entrepreneuriales exprimées par les entrepreneurs et leur récurrence

Perception des qualités indispensables pour l'entrepreneur	
Passion (13)	Esprit du challenge (13)
Persévérance (12)	Curiosité (9)
Esprit du relationnel (9)	Détermination (8)
Résilience (7)	Capacité à prendre des risques (5)
Humilité (4)	Patience (4)
Capacité à gérer l'incertitude (4)	Esprit de solidarité (4)
Multitâche (4)	Volonté et conviction pour la réussite du projet (3)
Capacité à dissocier le personnel et le professionnel (3)	Sens de responsabilité (2)
Sens de gestion (2)	Confiance en soi (2)

Source : Auteur

La décision de mener un projet entrepreneurial repose pour la majorité des interviewés sur la capacité à développer une mentalité entrepreneuriale. En ayant une grande expérience en échec entrepreneurial, Niama (E.9) a enfin compris ce qui n'allait pas lors de ces expériences antérieures dont elle a énormément appris et explique qu'un entrepreneur peut avoir une idée géniale, un business plan bien détaillé mais si il n'a pas le savoir-être de l'entrepreneur il abandonnera en milieu du chemin. Elle poursuit « *il s'agit des soft skills entrepreneuriales, les capacités, le Mindset, la mentalité entrepreneur, la capacité à prendre des risques, la capacité à gérer une situation difficile, à pouvoir aller jusqu'au bout, ne pas abandonner même si on est face à des difficultés* »(E.9).

Afin de forger cette mentalité entrepreneuriale, nombreuses sont les attitudes et aptitudes mises en relief par les entrepreneurs de notre échantillon. Ils soutiennent à l'unanimité que c'est le porteur de projet qui fera aboutir ou pas son projet. Ils trouvent que « *le vrai capital de l'entreprise c'est l'entrepreneur lui-même, sa volonté*

et cette flamme qui le pousse à réussir et à apprendre de ses erreurs» (E.19). Certes tous les entrepreneurs reconnaissent l'existence d'une bouille bloquante, un environnement peu encourageant et une culture contraignante mais confirment que derrière si le porteur de projet à la volonté de réussir, à confiance en lui, ose prendre des décisions et prendre des risques, il réussira certainement à donner vie à son projet. Simohmed (E.12) trouve que finalement tout est question de personnalité, de profil et de mentalité de l'entrepreneur.

Finalement, nous avons tendance à croire les mythes qui bloquent notre propre capacité à agir. Par exemple, certains croient que l'innovation est une capacité innée, tandis que d'autres pensent qu'il faut être un fou du risque pour être un entrepreneur. C'est triste parce que notre véritable potentiel est renforcé par notre capacité à innover et à agir de manière entrepreneuriale ; nous y parvenons en exploitant notre esprit entrepreneurial, en avançant doucement mais sûrement, en prenant des risques mesurables et surtout en développant un grand réseau. Ce sont les secrets dévoilés par les entrepreneurs marocains et le dernier (réseautage) constitue un atout pour ces entrepreneurs, il a amplement favorisé la création de leur entreprise et fera ainsi l'objet de la section suivante.

2. Le Capital social : nouvelle clef de voute en entrepreneuriat

Le capital social est un phénomène relationnel qui renvoie ici aux liens sociaux que les entrepreneurs tissent pour obtenir des ressources (Cope, Jack and Rose, 2007). Il implique la mise en réseau qui est un outil indispensable pour les entrepreneurs, en particulier les femmes qui ont généralement un accès limité aux ressources financières, aux informations et aux contacts commerciaux et constitue un facteur essentiel lors de la création d'entreprise (Kalafatoglu and Mendoza, 2017). En effet, les entrepreneurs marocains accordent une importance majeure au réseautage *«le relationnel joue un rôle primordial pour la réussite d'un projet » (E.13)* en le considérant comme une source d'information, un outil pour dénicher les opportunités *«Le réseautage m'a permis à plusieurs reprises d'avoir des propositions pour de nouveaux marchés » E(5)*, un moyen pour constituer une base de données clients et fournisseurs et une source de développement du capital humain et financier. Contrairement aux recherches antérieures, les femmes de notre échantillon ne semblent pas avoir de problème quant au réseautage. Elles ont été inspirées par des

modèles d'entrepreneures, connaissent des entrepreneurs qui ont contribué à la réussite de leurs projets et font partie de réseaux formels d'entrepreneurs (AFEM, AL MOUKAWILA, Club des Jeunes Dirigeants...). Fatema (E.1), la couturière fait l'exception. Elle a du mal à développer son capital social et se fait exploiter par des entrepreneures qui n'ont aucun savoir-faire en couture mais qui disposent par contre d'un large réseau *« je fais du bon travail et donc j'ai envie de gagner de nouveaux clients toutefois il y a beaucoup de femmes qui font des ventes aux enchères dans des foires au niveau national avec mes créations. Une cliente vendait mes créations à l'étranger, mais moi je suis incapable de me faire connaître »* ce qui piétine sur le développement de son projet. Il faut souligner aussi que *« le réseau de connaissances primaires »* (Tounés, 2003) est le plus privilégié au Maroc. De par son caractère personnel et informel, il est souvent constitué de la famille, des amis, des connaissances professionnelles ou scolaires et permet de préparer le terrain pour la carrière entrepreneuriale. Or, Sanae (E. 5) trouve que les hommes ont plus de chance à profiter de ces opportunités *« certes je n'ai pas rencontré d'obstacles mais je trouve qu'un homme a plus accès à ces opportunités parce qu'il passe plus de temps dans des cafés, des restaurants et il peut démarcher Au Maroc les marchés se passent dans des endroits "décontractés" »*. Si les hommes partagent le même avis des femmes entrepreneures sur l'importance du capital social et le considèrent comme un facteur de réussite du projet, ils insistent également sur l'importance de distinguer clientélisme et réseautage dans le contexte marocain *« ce sont deux choses différentes, le réseau permet de créer une chaîne de valeur autour de ce qu'on fait et chacun partage avec l'autre, on coopère et on s'entraide. Et tu dois constituer ton réseau grâce à ton image et au bon travail que tu fais »* (E.18).

La majorité des entrepreneurs de notre échantillon ont veillé à développer leur réseau, voire constituer une base de données clients avant même de lancer leur projet.

Témoignages :

« La base de données clients est la plus importante dans l'entrepreneuriat. Quand j'étais salarié, pendant mon congé je travaillais en freelance dans l'événementiel, et à l'époque j'ai détecté mes cibles, écoles privées, entreprises... le jour où j'ai décidé de travailler à mon compte j'ai préparé un dossier, avec les prestations et la référence

qui est Holcim, qui m'a également permis de rencontrer son réseau de clients. Et j'ai préparé un agenda pour commencer le démarchage » (E.11).

« Lors des événements on rencontre des contacts intéressants et c'est comme ça que j'ai pu constituer une base de données clients, et on a commencé à forger une bonne réputation et image sur la ville de Settat »(E.10).

« C'est un élément primordial, que ça soit dans la vie quotidienne, que dans la vie entrepreneuriale. Un carnet d'adresse, une base de données... on est obligé aujourd'hui d'avoir les bons tuyaux pour lancer son entreprise »(E.12).

3. Parlons argent : la mobilisation du capital financier

Le capital financier est nécessaire pour la création et le développement d'une entreprise. Toutefois, la littérature souligne que l'accès au financement approprié constitue un défi pour tous les entrepreneurs et que le manque de financement s'avère être un grand obstacle pour les entrepreneurs naissants notamment les femmes (Verheul and Thurik, 2001). L'exploration des expériences des entrepreneurs marocains montre qu'ils ont tous financé le démarrage de leurs entreprises par fonds propres. Ces derniers sont majoritairement constitués par leur épargne, la levée de fonds auprès des proches « *Love Money* » et la tontine⁵⁹.

En effet, la majorité des entrepreneurs ont constitué leur épargne grâce au salariat (E.5, E.6, E.7, E.9, E.12, E.13, E.15, E.16, E.17, E. 19).Ibtissam (E.4) l'aventurière est rentrée de France à 0 Dh et a dû travailler en Freelance pour constituer son capital de départ « *Pour te dire je suis revenu de France à 0 dh, j'ai gaspillé tout l'argent que j'avais, je n'avais pas de biens que ma voiture que j'allais vendre également d'ailleurs pour aller regarder jouer le Maroc à la coupe du monde en Russie, donc j'ai commencé à faire des freelance rien que pour la création de l'entreprise* ». Pareillement pour Fayssal (E.18) qui a lancé son entreprise avec son solde de tout compte et quelques missions en freelance qu'il a mené après sa démission « *Donc à partir de la première journée après ma démission j'ai commencé à travailler en freelance... Je préparais des dossiers d'appel à projets pour d'autres sociétés et les petites rémunérations que je gagnais m'ont permis de créer la société. Par exemple je*

⁵⁹ La tontine est un instrument de financement et d'épargne mais c'est aussi une institution sociale informelle porteuse de significations sociales (Ould-ahmed et al, 2017).

gagne 1500 à 2000 DH pour une petite mission je demande le certificat négatif et j'enregistre les statuts... ». Pour dépasser le cap de la création et démarrer effectivement le projet, certains entrepreneurs (E.3, E.12, E.17) se sont retrouvés dans le besoin et ont fait recours à des emprunts auprès de la famille (Love money). Un autre moyen portant localement le nom de « *Daret* », la tontine a constitué un moyen d'épargne pour Souad (E.2) qui a pu se lancer en affaire malgré sa situation précaire.

Par ailleurs, notre recherche a montré que le recours au crédit bancaire n'est pas une option envisageable par les entrepreneurs surtout dans la phase de démarrage. En effet, l'une des principales raisons de cette réticence est d'ordre religieux « *On est par principe contre l'usure, c'est une pratique interdite en islam et donc les organismes de crédits sont notre dernier recours, et uniquement en cas de crise* » (E.17), ensuite la contrepartie exigée habituellement par l'établissement de crédit (taux exorbitants, caution, garantie) est handicapante pour les petites entreprises et finalement quand cette option est possible la procédure risque de prendre énormément de temps « *En fait en entrepreneuriat le temps c'est de l'argent. Tu peux avoir des idées innovantes mais si tu passes du temps à chercher un crédit, d'autres personnes auraient déjà pris l'initiative* » (E.15). Plusieurs entrepreneurs ont tenté d'obtenir des fonds à travers des compétitions ou des programmes de financement internationaux mais seule Kaoutar (E.3) a pu en bénéficier « *il y a eu une opportunité de financement de l'ambassade américaine. J'ai eu quatre machines et c'est de là où l'entreprise a commencé* ». Ce mode de financement reste également peu prometteur pour les entrepreneurs qui n'ont pas de temps à perdre « *Pour gagner une incubation ça prend beaucoup de temps. Déjà il faut postuler, être sélectionnée passer par des comités... Une fois incubée il faut suivre des formations et au final ce n'est même pas sûr que tu auras un déblocage de fonds* » (E.17). Cette recherche n'a pourtant révélé aucune discrimination liée au genre quant à l'accès au financement. En outre, qu'ils relèvent d'un entrepreneuriat d'opportunité ou de nécessité, les entrepreneurs trouvent que la question financière ne pose pas un grand problème et qu'il y a plusieurs personnes qui ont obtenu de gros financements mais n'ont jamais lancé de projets. En revanche, ce qui compte pour eux et ce qui a été évoqué même quand la question concernait le financement, est en fait cet esprit entrepreneurial et l'envie de réussir qui pour eux ont conditionné leur passage à l'acte.

Lors des phases avancées du processus entrepreneurial (décision et acte), où les moments d'incertitude se multiplient, l'entrepreneur compte amplement sur le soutien de son entourage. En effet, ce même entourage qui était contraignant dans les phases primaires du processus (propension et intention) se montre encourageant et supportant à tous les niveaux (soutien financier, moral, technique, garde des enfants ...) lors de la mise en place du projet et son développement. Toutefois, les entrepreneurs ont soulevé plusieurs obstacles rattachés à une **culture contraignante**, un **écosystème incohérent** et une **lourdeur administrative et fiscale**.

4. Un esprit résilient face à de multiples obstacles : telle est la réalité de l'entrepreneuriat au Maroc

On continue malheureusement de constater que les femmes entrepreneures sont toujours sous-estimées et des fois même harcelées lors de l'expérience entrepreneuriale au Maroc. Toutefois, ce ressenti est plus présent chez les entrepreneures de nécessité notamment les jeunes célibataires. La jeune Kaoutar (E.3) a été à maintes reprises victime d'harcèlement sexuel lors de l'exercice de son activité entrepreneuriale « *Quand je donne mon numéro au fournisseur pour avoir des nouvelles sur les arrivages, il m'appelle pour me draguer [...] Une fois j'étais entrain de chercher un tissu dans le dépôt de marchandise d'un fournisseur, Il m'a touché le visage sous prétexte que j'ai une mèche qui dépasse mon voile. Cette situation s'est répétée à plusieurs reprises. En fait l'homme marocain sous-estime toujours la femme* ». Cependant, les entrepreneures d'opportunité (E.5, E.6, E.7, E.8) trouvent que la femme marocaine a fait ses preuves depuis longtemps, qu'elle occupe aujourd'hui des postes très importants, qu'il y a des femmes entrepreneures à renommée internationale et que finalement le débat sur l'entrepreneuriat féminin vs masculin n'est plus d'actualité. Khnata (E.17) quant à elle trouve qu'il faut s'imposer pour construire une bonne image de la femme entrepreneure au Maroc et souligne qu'elle n'a jamais ressentie de discrimination peut-être parce qu'elle est associée à un homme. Lors de son témoignage, Asmae (E.15) n'a également assimilé aucune discrimination mais nous n'avons pas tardé à connaître la raison « *Non au contraire, j'ai jamais eu de problème avec les fournisseurs mais c'est peut-être parce qu'il y a mon mari qui m'accompagne toujours. Il m'accompagne parce que c'est un bon négociateur mais également parce qu'il refuse que je sois en tête à tête avec un homme même quand il s'agit d'un fournisseur* ». En effet Fatimazahra (E.10) a

souligné ce constat en ajoutant que l'âge de l'entrepreneur peut également être discriminant« *même si on ne cesse de répéter que la femme et l'homme sont égaux mais non, la femme est toujours sous-estimée. En plus, ce n'est pas seulement le sexe mais également l'âge qui joue un rôle majeur en entrepreneuriat. Quand tu es une femme d'un certain âge avec tes enfants, les fournisseurs te respectent, mais quand tu es jeune ils ne te prennent pas au sérieux* ». Il faut dire que l'écart du genre en entrepreneuriat interpelle aussi bien les hommes que les femmes de notre échantillon. Plusieurs interviewés masculins trouvent que la situation des femmes au Maroc est déplorable. Autant au salariat, fonctionnariat, qu'en entrepreneuriat, les femmes sont victimes d'harcèlement « *la femme peut être vue comme une proie lors des tournages* » (E.18), de plafond de verre et trouvent du mal à se mettre en avant dans une société patriarcale. En effet, le témoignage de Mohamed (E.13), professeur et entrepreneur, était très révélateur de cette problématique qui malheureusement continue d'entraver le développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc. Ce dernier déclare que « *c'est difficile pour une femme de devenir entrepreneure... je n'imagine pas une femme entrepreneure, parce que vu l'environnement marocain, un environnement plutôt masculin, et qu'on a devant nous une femme avec la casquette d'entrepreneure, il y a une certaine réticence par rapport aux relations hommes-femmes. Sincèrement je ne vois pas une femme en tant qu'entrepreneure (carrément) parce que notre culture marocaine, enfin elle n'aura pas la tâche facile, comment elle va rentrer dans les marché avec les hommes ?* ». Toutefois, il ajoute qu'il n'est pas dans une idéologie de discrimination, qu'il aimerait bien voir des femmes entrepreneures mais qu'il imagine mal une femme entrepreneure surtout dans le secteur industriel« *Dans les services ça peut cartonner. Moi je parle de l'industrie, c'est un secteur rude qui nécessite un homme pas une femme* ». Soufiane (E.12) approuve ce constat, il trouve que la question du genre dans le secteur des services ne pose plus de problème et qu'au contraire le fait d'être femme ne peut qu'être une valeur ajoutée. Avec un peu de recul, Rachid (E.19) trouve à son tour que les femmes entrepreneures sont plus compétentes, plus rigoureuses et responsables et Yahya (E.10) avoue que s'il y avait un groupe d'animatrices dans la région ça serait son plus grand concurrent. Le jeune producteur (E.18) donne l'exemple de la brillante productrice marocaine primée Khadija Alami et ajoute que la femme a un sens de précision que l'homme n'a pas. En effet, si tous les entrepreneurs interviewés ont une image très positive des femmes entrepreneures surtout quand elles se lancent dans le

secteur des services, ils ne nient pas pour autant que l'environnement n'est toujours pas habitué à voir une femme chef d'entreprise, indépendante et que les discriminations perdurent. Même si le Maroc a connu un éveil institutionnel à l'égard de la question du genre, les efforts consentis restent modestes et n'arrivent pas à complètement faire face à une culture patriarcale transmise de génération en génération. On se retrouve toujours face à une société donnant la suprématie à l'homme « *une culture et mentalité où c'est l'homme qui prend les décisions et la femme doit suivre* » (E.18), une idéologie discriminatoire inculquée depuis l'enfance, des intentions parfois malhonnêtes et « *dès qu'une femme commence à prendre les choses en main ou entreprendre un projet, les hommes commencent naturellement à se plaindre* » (E.18).

Les entrepreneurs se plaignent d'un **écosystème entrepreneurial incohérent** « *L'écosystème n'est pas cohérent, parce qu'il y a énormément d'organismes mais ils militent chacun de son côté* » (E.8). En effet l'écosystème entrepreneurial marocain regroupe une multitude d'acteurs ayant pour objectif de soutenir l'engouement des marocains pour l'entrepreneuriat et promouvoir la création d'entreprises. Toutefois, le défi à relever est d'œuvrer en synergie, coordonner et consolider les acquis pour accélérer la cadence. D'ailleurs chaimae (E.7) le surnomme « *Egosystème entrepreneurial* » puisque tous les acteurs sont présents mais ne coopèrent et ne collaborent jamais « *chaque organisme veut tirer vers soi mais dans la continuité il y'a très peu de choses qui se font* » et semblent même être en compétition. Concrètement les entrepreneurs souffrent d'une **lourdeur administrative** (beaucoup de paperasse, des procédures longues et lentes), d'un grand manque d'informations, d'une fiscalité chère et d'un accès très limité aux structures de financement. Ces obstacles pèsent plus lourd sur les entrepreneurs de nécessité qui s'occupent seuls de la création juridique et sont plus touchés par les problèmes liés au financement à l'encontre des entrepreneurs d'opportunité qui ont eu recours à une structure fiduciaire pour la création de leur entreprise et sont moins concernés par les problèmes d'argent.

Avant de se lancer dans l'aventure, les entrepreneurs étaient conscients que cela serait difficile mais jamais autant « *Avant de créer l'entreprise j'avais une image rose de l'entrepreneuriat. À travers ce qu'on a étudié, à travers les vidéos, les expériences racontées par les entrepreneurs, tu te dis ah voilà la vie en rose tu vas être libre, tu vas travailler, tu vas*

toucher le gros lot. Je savais que c'était un peu difficile mais pas autant » (E.3). Ils trouvent que généralement les entrepreneurs dans leur rôle héroïque que la littérature leur avait assigné racontent généralement la moitié remplie du verre lors de leurs témoignages afin de motiver les jeunes. En effet, les jeunes entrepreneurs ont intérêt à montrer que tout va bien pour gagner la confiance des clients même s'ils ont galéré pour donner et maintenir en vie leur projet. D'ailleurs ils ont tous eu peur d'échouer et considèrent que cette peur est humaine, omniprésente et permanente. Nombreux sont ceux ayant subis des échecs (E.4, E.9, E.19), sont passés par des périodes de dépression (E.3, E.7, E.10, E.15, E.19) mais ont tenu le coup grâce à beaucoup de résilience.

Témoignages :

« Les hommes [confectionneurs] ne tiennent pas à leur parole, l'année dernière je suis passée par une dépression de 4 mois, pourquoi, parce que le confectionneur avec qui je travaillais sur casa, au début en basse saison on a bien travaillé, mais dès qu'il a commencé à recevoir d'autres clients, il m'a lâché, il a refusé de me livrer mes modèles jusqu'à ce que mon père m'ait accompagné » (E.3) ;

« Moi je ne vais pas vous caché, j'ai vécu une dépression qui a duré deux mois et demi, ce n'est pas une dépression qui est en relation avec le projet ou le concept, c'est personnel mais qui a impacté le professionnel » (E.7) ;

« J'ai eu une dépression carrément, il y a de la concurrence déloyale » (E.10) ;

« J'ai eu une dépression, j'ai eu une crise financière. Parce que j'ai beaucoup investi je voulais commencer grand mais c'était foutu » (E.15) ;

« J'avoue que l'échec m'a causé des dépressions. Mais tout passe, et je vais me battre pour réussir jusqu'au dernier souffle » (E.19).

Vous vous demandez sûrement qu'elle est le secret derrière cette résilience ? Pourquoi ces entrepreneurs n'ont pas abandonné même s'ils ont essuyé beaucoup d'échecs ?

Ce qu'il faut savoir avant tout c'est que lors de ces moments difficiles, les entrepreneurs, hommes aussi bien que femmes, pleurent, évacuent et apprennent beaucoup.

Témoignages :

« La seule chose qui soulage c'est de pleurer, évacuer il faut évacuer seul parce que le défi pour l'entrepreneur c'est qu'il doit toujours paraître fort et il doit toujours intérioriser ses moments de faiblesse. Parmi ses skills, il doit toujours montrer qu'il est fort qu'il tient le coup et qu'il n'est jamais brisé. Alors que non tu es tout le temps brisé. Des fois tu passes par des moments de doute. Des fois tu te dis est ce que je ne suis pas sur la bonne voie est ce que j'ai un problème. Est-ce que c'est de ma faute que l'entreprise ne se développe pas. Et tu culpabilise. Et c'est tout à fait normal » (E.18) ;

« On est tout le temps face à des moments d'incertitude, même maintenant (rire) [...] je pleure, en fait ça peut m'arriver à plusieurs reprise » (E.3).

Et bien évidemment, même avec leur « *mentalité en acier* » ils ont naturellement besoin de soutien pour se ressaisir et surmonter ces moments difficiles.

Témoignages :

« Lors de ces moments on a besoin de soutien moral, d'un accompagnement moral, on a besoin de quelqu'un qui te soutien et reconnaît ton effort, parce que des fois tu fais un effort incroyable et finalement on a besoin, pas de reconnaissance, mais on est des humains on a besoin de quelqu'un qui te rassure, qui te dit que tu vas y arriver » (E.3).

« Des fois quand il y a des crises il n'y a pas de marché [...] Il faut toujours avoir quelqu'un derrière toi qui te dit ne baisse pas les bras. Et c'était mon mari, il me dit vas-y tu prospecte et tu vas surement trouver » (E.5).

« Il y a nous deux (associé) on s'entraide, c'est un soutien très grand. Quand l'un de nous est déprimé on s'épaule » (E.15).

Au bout de l'échec, les entrepreneurs ne lâchent pas pour plusieurs raisons :

- L'entrepreneuriat c'est leur passion
« Ce qui m'a motivé le plus c'est d'abord le fait d'être passionné par ce que je fais. Quand je suis au bout de l'échec je me ressaisi kit à repartir à 0 tellement j'adore ce que je fais » E.15
« ce qui m'a pousser à ne pas lâcher c'est que au moment où j'ai démissionné je me suis dit on a qu'une seule vie alors à 20 ans tu deviens adulte donc à 20

ans jusqu'a tes 70, 80 ans , jusqu'a ta mort à quoi bon perdre du temps et des années à faire des choses que je n'aime pas alors que je peux tout simplement me lancer dans ce que j'aime et c'est ce qui me motive jusqu'à présent » E.18 .

- Ils ont construit une image et ont une équipe qui leur fait confiance
« Je n'ai pas le droit de lâcher parce que aujourd'hui j'ai derrière moi une équipe que je dois prendre en charge ' salaires' j'ai avec moi des partenaires qui se développent du jour au lendemain... il y a une image maintenant qui s'est construite sur l'écosystème qu'il faut garder ou évoluer il ne faut pas revenir en arrière. Il y a toute cette communauté derrière toi qui te fait confiance » E.7.
- Leur entreprise c'est leur petit « bébé »
« Mon projet c'est mon bébé, il grandit avec moi, il vient tout juste de ramper, il n'a toujours pas commencé à marcher ni à parler, ...c.à.d. quand quelqu'un me dis que ça ne marche pas c'est comme s'il porte atteinte à ma fille, tu peux tout dire mais mon bébé restera toujours mon bébé. C'est exactement comme l'amour maternel, quoiqu'ils disent ça ne changera rien » (E.14).
« Donc tu n'a pas le droit de lâcher. 'Nom de l'entreprise' pour moi n'est pas une entreprise c'est mon petit bébé que j'élève et j'éduque. Donc il est impossible qu'au milieu de la route je vais me dire ah ça ne marche pas et je vais la laisser tomber pour adopter un autre bébé ce n'est pas possible. Maintenant elle a 4 ans elle a toujours besoin de mon soutien. Peut-être d'ici 10 ans 15 ans elle sera debout et à ce moment-là je peux me permettre de développer l'activité. Pour moi le processus entrepreneurial est comme le processus de vie, vers 15, 16 ans tu élèves ton entreprise tu la développe elle ne peut pas se développer seule tu lui cherche des projets tu la nourrie c'est la même chose mais à 18 ans quand l'entreprise est mature tu auras le droit de bénéficier des avantages de l'entrepreneuriat, tu prends du recul tu te relaxe et tu profites du boulot que tu as fait pendant des années. Tu deviens "Moul chkara" le capitaliste et tu as le droit de l'être»(E.18).
- Ils n'acceptent pas la défaite et le jugement des autres
« donc pourquoi on trouve des difficultés à se lancer dans un projet parce qu'on a peur du jugement des autres , que l'autre nous dis que nous avons échoué , alors que moi dans ma vie et tout au long du processus

entrepreneurial je ne montre pas à l'autre qu'il a tort "he was wong" mais je lui montre que j'ai raison "I'm true" c'est de prouver que je suis sur le bon chemin et que je ne vais jamais lâcher l'affaire » (E.3) ;

« Je devais voyager à casa, salé, Fès et j'achète seule la matière première, 30 KG, 40 KG, avec 1 an et demi d'aller-retour, de travail dur, ils attendaient [parents] que je leurs dise c'est bon j'arrête. Mais quand ils ont été convaincu que j'avais la tête dure et que je n'allais pas lâcher, ils m'ont soutenu » (E.3) ;

« L'entourage ne t'encourage pas. J'ai commencé à trier. Il y a des gens qui te mettent les bâtons dans les roues » (E.14).

« Je suis très persévérante, quoi qu'ils disent je vais réussir » (E.14).

« Bien évidemment j'ai essuyé des échecs mais voilà je me suis relevé autant de fois [...] C'est une motivation intérieure, c'est un challenge personnel et surtout pour prouver à mon entourage que c'était possible et qu'on peut toujours réussir » (E.7).

- Et se souviennent toujours de leur « Why », la raison d'être de leur projet, leur profonde motivation et leur objectif ultime

« L'autre chose qui te maintient debout, c'est l'objectif ultime quand il est très grand, ton "Why" tu te mets dans la peau de la fille de 5 ans et tu te rappelles de tout ça, les femmes qui viennent frapper à ta porte chaque matin, ils ont besoin de l'atelier pour vivre, enfin pour gagner leur vie. C'est ce qui te pousse d'avancer, tu te dis oui je peux le faire » (E.3).

« Le "Why", c'est la motivation c'est l'essence même de cette idée de projet » (E.3).

« Il y a certes beaucoup de défis et de challenge mais c'est le why, avant de penser à devenir entrepreneur il faut savoir le pourquoi voulez-vous devenir entrepreneur. Cherche ton "Why", c'est ce qui te permettra à chaque obstacle de redémarrer. Le "Why" doit être très clair et bien déterminé. Aucun pas en arrière » (FG2).

Les phases avancées du processus entrepreneurial explorées dans la présente section nécessitent également un grand esprit d'engagement et une grande capacité à lutter contre la procrastination. Ceci dit, les entrepreneurs qui ont pu concrétiser leur intention entrepreneuriale en passant à l'acte témoignent d'un esprit entrepreneurial très développé. Ils ont pu gérer les moments d'incertitudes, ont assumé des risques calculés, ont mobilisé leur capital humain, financier et social pour développer leur projet d'entreprise. Soutenus par leur entourage et avec beaucoup de résilience, ils ont pu faire face aux obstacles liés à une culture contraignante, un écosystème incohérent et une grande lourdeur fiscale et administrative.

Conclusion du chapitre 5

Après analyse, l'expérience des entrepreneurs marocains en matière de processus entrepreneurial a mis en évidence plus de points de similitudes que de divergences selon le genre de l'entrepreneur. Toutefois, l'hétérogénéité des résultats concerne plutôt la nature de l'activité, le type d'entrepreneuriat engagé (opportunité vs nécessité) ainsi que les antécédents en matière de l'expérience professionnelle, universitaire et para-universitaire des entrepreneurs. En effet, ces résultats soulignent la position de Gartner (2008) selon laquelle « *la variation* » est, par nature, une caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et reflètent le fait que les entrepreneurs ne constituent pas un groupe homogène. C'est cette variation inhérente qui rend l'esprit d'entreprise si difficile à définir et qui illustre les difficultés que les universitaires rencontrent pour tenter de parvenir à une définition commune du terme "entrepreneur".

Tout au long du chapitre, nous avons tenté d'analyser les expériences vécues par dix-neuf entrepreneurs marocains afin d'identifier dans un premier temps les spécificités du processus entrepreneurial amont (de la propension à l'acte), identifier les facteurs qui le favorisent ou l'inhibent et vérifier si cette expérience entrepreneuriale diffère selon le genre (féminin vs masculin) de l'entrepreneur et le type d'entrepreneuriat dans lequel il est engagé (Opportunité vs nécessité). Basé sur le modèle du processus entrepreneurial développé par Tounés (2003), nous avons exploré dans un premier temps les phases précoces du processus à savoir la propension et l'intention pour parvenir ensuite à scruter les phases les plus avancées à savoir la décision et l'acte. Alors qu'au début de cette recherche nous nous sommes attendue à des processus différents, le terrain nous a fait découvrir plus de similitudes que de divergences entre le processus entrepreneurial féminin et masculin.

Les hommes entrepreneurs autant que les femmes ont développé une fibre entrepreneuriale très tôt dans la vie. A travers le jeu ou en développant des petits business, ils ont découvert cette passion qui a pris forme au fil du temps et s'est transformé en intention. En effet, suite à un déclic, un événement marquant ou une situation peu favorable, ces entrepreneurs ont franchi le pas vers l'aventure

entrepreneuriale. Des motivations imbriquées, constituées de facteurs à la fois positifs et négatifs ont poussé ces entrepreneurs à développer leur idée de projet et penser sérieusement à lancer leur entreprise. Si la majorité des motivations *push* et *pull* concernent les entrepreneurs abstraction faite de leur genre, la conciliation de la vie privée et la vie professionnelle était considérée exclusivement par les femmes, notamment, les mompreneures.

Lors de ces phases initiales du processus entrepreneurial, la culture et l'entourage constituent une arme à double tranchant. Si le penchant vers la carrière entrepreneuriale est à la base stimulé par les effets culturels notamment ceux reflété par l'entourage, cela peut également avachir l'individu entrepreneur une fois son intention exprimée à haute voix. Ceci semble évident dans une société qui privilégie la sécurité du fonctionariat, ou du moins le salariat et où l'aversion au risque est inculquée chez les jeunes qui trouvent du mal à sortir de leur zone de confort. En outre, à cause du mariage précoce et d'une société patriarcale valorisant plus les hommes, les femmes marocaines se trouvent souvent confinées au rôle de maman et femme au foyer et ont du mal à se lancer en entrepreneuriat. Toutefois, les femmes relevant d'un entrepreneuriat dit d'opportunité, appartenant à des classes sociales privilégiées et ayant un niveau d'étude considérable trouvent que la femme a fait ses preuves au Maroc et que le débat sur le clivage entrepreneuriat féminin – entrepreneuriat masculin n'est plus d'actualité.

Pour la majorité des entrepreneurs la propension entrepreneuriale se matérialise à travers la connaissance de modèles d'entrepreneurs et l'envie de leur ressembler. Ces figures entrepreneuriales sont souvent des entrepreneurs de renommée internationale, nationale ou relevant de l'entourage proche (amis, familles) dont l'expérience et le succès ont été une source d'inspiration pour ces entrepreneurs. Puis, l'intention se développe au fur et à mesure que l'expérience professionnelle grandit. En outre, la formation académique et les activités para-universitaires contribuent également de façon significative au développement d'un esprit entrepreneurial considéré comme indispensable pour la concrétisation de l'intention entrepreneuriale.

Dans les phases développées du processus entrepreneurial, notamment la décision et l'acte, les entrepreneurs font preuve de beaucoup de passion et surtout de persévérance et de résilience pour faire face à une culture contraignante, un

écosystème incohérent et une grande lourdeur administrative et fiscale. Ils mobilisent aussi bien leur capital humain, financier, et social qui deviennent davantage indispensable pour créer et développer leurs entreprise.

**Chapitre 6 (conclusif) : Discussion et mise en perspective
des résultats de la recherche**

Introduction du chapitre 6 (conclusif)

Les rapports du GEM sont à l'origine de la problématique traitée dans cette thèse. Les écarts relevés ont guidé le choix de notre objet de recherche et nous ont accompagné tout au long de cette aventure. Depuis 2015 jusqu'au dernier rapport 2019-2020 (Tableau 26), l'écart du genre et l'écart intention-acte entrepreneurial persistent au Maroc et leur résolution demeure d'actualité.

Tableau 26: Ecart du genre et Ecart Intention-Acte entrepreneurial au Maroc (2015-2020)

	2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019		2019-2020	
	%	Rank/60	%	Rank/64	%	Rank/54	%	Rank/49	%	Rank /50
Intention entrepreneuriale	30.2	14	36.2	14	26.6	16	39.8	7	41.9	8
TEA	4.4	58	5.6	58	8.8	37	6.7	37	11.4	24
TEA Masculin	6.1	57	6.7	57	12.9	27	9.2	36	15.1	20
TEA Féminin	2.8	60	4.5	57	4.7	46	4.3	40	7.8	32
TEA O Masculin	70.9	43	71.3	45	76.7	33	62.6	44	-	-
TEA O Féminin	65.5	42	74.6	27	78.9	15	68.3	25	-	-
TEA N Masculin	25.4	20	28.7	15	23.3	18	32.8	6	-	-
TEA N Féminin	34.5	15	25.4	33	19.8	31	27.7	19	-	-

Source : Auteur depuis GEM

Par ailleurs, le Maroc a lancé plusieurs programmes, notamment la troisième phase de l'Initiative Nationale pour le Développement humain (INDH), qui vise à renforcer le capital humain et à améliorer l'inclusion des jeunes, avec une large enveloppe financière. La mise en œuvre de mesures ciblées comme Innov Invest, Intelaka, l'instauration du statut d'auto-entrepreneur et la multitude de programmes d'accompagnement et d'incubation font de l'entrepreneuriat une priorité nationale et témoignent d'une grande volonté à encourager les acteurs du secteur informel à rejoindre l'écosystème entrepreneurial. Toutefois, malgré la multiplication des initiatives visant à promouvoir l'entrepreneuriat, notamment des jeunes et des femmes leur impact sur les écarts susmentionnés reste très réduit, ce qui témoigne de l'originalité de la problématique traitée et son importance jusqu'au jour de la rédaction de ces lignes.

L'objectif de cette thèse était en fait de chercher à comprendre comment se déroule le processus entrepreneurial dans le contexte marocain, plus précisément ce qui favorise ou inhibe le passage de la propension à l'acte entrepreneurial notamment chez les hommes et les femmes issus d'un entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité. Cette recherche visait principalement à répondre à la question principale suivante :

Comment le genre agit-il sur le processus entrepreneurial (de la propension à l'acte) dans le contexte marocain ?

Pour cette finalité nous nous sommes assignée quatre principaux objectifs :

- Proposer un cadre fédérateur de la recherche en entrepreneuriat autour du paradigme du processus entrepreneurial (Objectif 1).
- Comprendre l'écart du genre en entrepreneuriat à travers une revue compréhensive de la littérature (Objectif 2).
- Explorer le contexte marocain, environnement où se déroule le processus entrepreneurial, ses spécificités socioéconomiques et les avancées en matière d'entrepreneuriat et d'égalité de genre (Objectif 3).
- Explorer les expériences des entrepreneurs marocains, en particulier le processus entrepreneurial dans lequel ils s'engagent afin de comprendre les éventuelles implications du genre sur le dit processus et relever les facteurs qui le favorisent ou l'inhibent (Objectif 4).

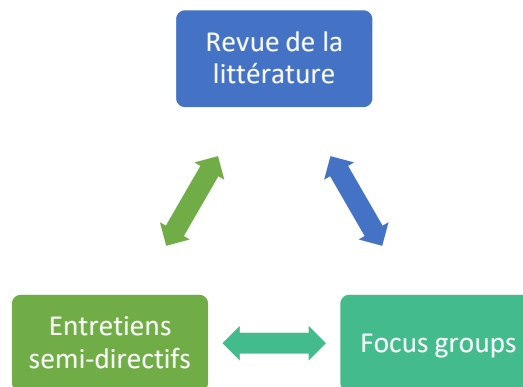
La première partie, théorique, a permis de poser les jalons de la recherche. A travers une lecture multi-paradigmatique, le premier chapitre a permis d'atteindre le premier objectif fixé en présentant la convergence des différents paradigmes autour du processus entrepreneurial considéré comme paradigme fédérateur. Ceci justifie ainsi notre choix pour ce dernier notamment à travers la mobilisation du modèle développé par Tounés (2003) pour traiter notre problématique. Le second chapitre a apporté des premières réponses à notre question de recherche à travers une revue compréhensive de la littérature structurée sur la base de la théorie féministe sociale et libérale. Il a permis par conséquent de parvenir à notre second objectif. Afin d'explorer la problématique du genre et l'entrepreneuriat dans le contexte spécifique marocain, le troisième chapitre a de manière évidente tenté de saisir les spécificités socio-économique de ce pays et les avancées en matière d'entrepreneuriat et d'égalité de genre afin de mieux se préparer pour l'étude empirique.

Dans une deuxième partie, empirique, nous avons confronté nos réflexions au terrain dans le but d'explorer et de mieux comprendre le processus entrepreneurial dans sa perspective genrée. Cette dernière a été encadrée par les postures épistémologiques et méthodologiques indiquées dans le chapitre 4 de ce travail. Notre étude empirique a été principalement menée par des entretiens semi-directifs auprès de dix-neuf entrepreneurs et appuyée par deux focus groupes (FG1 et FG2). Cette étude a permis d'obtenir des résultats originaux (Chapitre 5) et nous a éclairé davantage sur la problématique traitée. L'objectif de ce dernier chapitre est de synthétiser et confronter les différents résultats obtenus, d'en déduire les contributions et d'en tirer une conclusion générale. Cette conclusion exposera par ailleurs les limites de la recherche et formulera des perspectives pour les recherches futures.

I. Discussion des résultats

L'objectif de cette section est d'interpréter et discuter les résultats de notre recherche (Figure 27). Ainsi, les points de vue exprimés par les hommes et les femmes entrepreneurs en lien avec le déroulement de leur processus entrepreneurial seront discutés et examinés à travers les cadres théoriques fournis par les théories féministes libérale et sociale et comparés aux résultats de la RL et ceux issus des Focus Groups.

Figure 27: les différents résultats de la recherche



Source : Auteur

1. Genre et entrepreneuriat : ce que vivent les femmes et ce qu'en pensent les hommes

Lors de notre étude empirique principale menée auprès de dix-neuf entrepreneurs à travers des entretiens semi-directifs, le genre n'est apparu que comme un thème mineur. Cependant, l'impact du genre varie entre l'échantillon masculin et féminin et au sein de l'échantillon féminin. Les perceptions que les entrepreneurs ont exprimé concernant l'influence de leur genre seront maintenant synthétisées.

1.1 L'influence du genre telle que perçue par les hommes entrepreneurs

Aucun des entrepreneurs masculins, tous secteurs confondus, n'a fait référence à son sexe ou n'a cité son genre comme un problème dans le processus entrepreneurial. Ils font tous partie de la catégorie que nous appelons dans ce qui suit « *Les non-concernés* ». En effet, les entrepreneurs masculins ont parlé librement des questions qui les intéressaient, des opportunités et des entraves rencontrées lors du processus entrepreneurial mais le genre n'était guère considéré. Le fait que les entrepreneurs masculins n'aient pas mentionné le genre ou son rôle dans leur expérience entrepreneuriale constitue une preuve supplémentaire de l'argument de Bristol

etFischer(1993) selon lequel les hommes ont eu tendance à être traités comme le "moi" tandis que les femmes ont été traitées comme "l'autre". Par conséquent, si les hommes sont la norme en matière d'entrepreneuriat et que le mode normal d'exploitation d'une entreprise est centré sur eux(Baker, Aldrich and Nina, 1997), il faut s'attendre à ce qu'ils ne discutent pas de leurs expériences dans le contexte de leur sexe, car être un homme entrepreneur n'est pas un problème mais représente plutôt le modèle normal des affaires. Toutefois, interrogés sur l'écart du genre en entrepreneuriat et sur les spécificités de l'entrepreneuriat féminin, les réponses des hommes entrepreneurs à cette question ont fait émerger deux sous-catégories correspondantes à deux types de réponses :

Les « Non-concernés Pragmatiques »: Il s'agit des entrepreneurs qui avouent qu'être femme entrepreneure au Maroc n'est pas toujours évident à cause d'une culture patriarcale. Toutefois, ils témoignent du grand succès que connaissent et peuvent connaître les femmes de par leurs grand sens de précision et leurs qualifications notamment dans le secteur des services.

Témoignages :

« J'ai encouragé ma sœur pour qu'elle acquiert également les compétences nécessaires, elle est en MASTER , et on compte travailler ensemble plus tard. Je pense que si dans le terrain il y'avait une équipe de fille, elles allaient être mon plus grand concurrent » (E.11).

« La question de genre surtout en service ne pose aucun problème et au contraire ça ne peut être qu'une valeur ajoutée d'être femme » (E.12).

« On vie dans une société patriarcale, l'environnement n'est toujours pas habitué à voir une femme chef d'entreprise, sachant que la plupart des femmes entrepreneures d'après ce que je vois sont plus efficaces dans leur travail que les hommes» (E.18).

« Le marocain accepte difficilement le travail de la femme mais en entrepreneuriat et avec le recul que j'ai les femmes sont plus compétentes, plus rigoureuses et responsables » (E.19).

Les «Non-concernés Traditionnels »: Il s'agit des entrepreneurs qui trouvent toujours du mal à accepter une femme entrepreneure, qui sous-entendent que l'entrepreneuriat est fait pour les hommes sans pour autant se montrer sexiste.

Témoignages :

« Pour une fille c'est très difficile, l'événementiel est très difficile » (E.10).

« Sincèrement je ne vois pas une femme en tant qu'entrepreneuse, parce que notre culture marocaine... enfin elle n'aura pas la tâche facile » (E.13).

1.2 L'influence du genre telle que perçue par les femmes entrepreneures

Suivant la logique selon laquelle l'esprit d'entreprise est un phénomène genré (Nilsson, 1997), les femmes étant considérées comme "*l'autre*" (Bristor et Fischer, 1993), on pourrait alors s'attendre à ce que le genre joue un rôle central dans la perception que les femmes entrepreneures ont de leur expérience entrepreneuriale. En effet, surmonter leur rôle d'"*autre*" et être acceptées dans un mode de fonctionnement centré sur les hommes serait une tâche délicate. Cependant, dans le cadre de cette recherche, la perception des femmes entrepreneures du rôle du genre n'est apparue que comme un thème mineur. Elles ont que peu cité et encadré leurs expériences entrepreneuriales dans une perspective genrée. Par ailleurs, Le schéma qui s'est dégagé est que l'influence du genre varie en fonction du type d'entrepreneuriat engagé (opportunité vs nécessité), de l'âge et du statut matrimonial de l'entrepreneuse. En effet, les femmes entrepreneures interviewées dans cette recherche ne constituent pas un groupe homogène et leur perception de l'impact du genre sur leur expérience entrepreneuriale diffère. Toutefois, cette hétérogénéité est souvent négligée dans les recherches portant sur l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, en poursuivant l'analyse approfondie des résultats de cette recherche, trois catégories sont apparues pour aider à conceptualiser la manière dont les femmes entrepreneures perçoivent le rôle du genre et les comportements qu'elles adoptent en cas de situation problématique. Ces femmes entrepreneures peuvent être regroupées en trois groupes distincts, les « *indifférentes* », les « *souffrantes* » et les « *rebelles* ». Chaque groupe constitue un volet de la typologie. Les catégories qui forment la typologie à trois volets seront maintenant examinées plus en détail.

1.2.1 Les « *Indifférentes* »

Après l'analyse des données, Il est apparu qu'Ibtissam (E.4), Sanae (E.5), Fatimzhra (E.6), Chaimae (E.7), Imane (E.8) et Samia (E.16) relèvent de la catégorie des « *Indifférentes* ». Ces femmes ne perçoivent pas leur sexe comme ayant un impact sur leur expérience entrepreneuriale. Elles vivent leur aventure entrepreneuriale abstraction faite de leur sexe. Elles projettent une neutralité du genre, de sorte qu'elles

soient considérées d'abord comme des Hommes d'affaires par les autres et ensuite comme des femmes. Elles cherchent donc à reléguer l'identité de l'entrepreneur « féminin » et mettent plutôt l'accent sur leur entreprise. La confiance dégagée par ces femmes, le fait que certaines d'entre elles refusent catégoriquement de se comparer à un homme entrepreneur et trouvent même que c'est un débat dépassé nous a poussé à chercher à comprendre pourquoi ces femmes se trouvaient dans cette catégorie particulière et pourquoi le genre n'est pas apparu comme un problème pour elles.

Afin de mieux comprendre la situation, les données démographiques des entrepreneures ont été étudiées afin de déterminer s'il existe un modèle récurrent. Il est intéressant de noter que toutes ces entrepreneures disposent d'un diplôme supérieur et sont hautement expérimentées. Elles ont toutes travaillé pendant plusieurs années avant de se lancer dans l'entrepreneuriat. En outre, à l'exception de Samya (E.16), toutes ces femmes (E.4, E.5, E.6, E.7, E.8) relèvent d'un entrepreneuriat d'opportunité. En effet, elles sont considérées dans la société comme "expertes" dans leur domaine et ensuite comme "femmes entrepreneures". On peut conclure que ces femmes sont moins susceptibles de percevoir leur sexe comme un problème, car elles peuvent être isolées de l'influence possible du genre sur leur processus entrepreneurial. Elles ne sont par conséquent pas tenues de mettre en place des stratégies pour éviter les problèmes de discriminations que peuvent rencontrer les entrepreneures faisant partie de la seconde catégorie présentées dans les lignes qui suivent.

Témoignages :

« Je suis une femme et je venais tout juste d'accoucher, et pourtant j'étais intelligente depuis le départ, grâce à mon réseau j'ai pu travailler sur de grands projets et je n'ai jamais rencontré de discriminations » (E.6).

« Je n'ai jamais ressenti de discrimination, honnêtement, et moi je ne fais pas de différence entre entrepreneur femme ou homme parce que c'est une question de personnalité c'est un challenge personne » (E.8).

« Moi je ne vois pas de blocages parce que je suis femme, je ne l'ai pas vécu, je ne me compare même pas avec un homme qui lance son entreprise » (E.7).

« Au début ils me disent ah une femme dans le chantier, mais quand ils voient mon cv, après la première formation ils voient que ce n'est pas une question de sexe mais d'expérience » (E.4).

« Moi je n'ai pas rencontré d'obstacles parce que je suis femme mais un homme peut être qu'il peut avoir plus d'opportunités » (E.5)

« Le fait que je sois femme ne m'a jamais posé de problème, parce que dans ce domaine il n'y a que des femmes » (E.16).

1.2.2 Les « souffrantes »

Bien que la discrimination liée au genre en entrepreneuriat ne soit apparue comme un problème majeur dans cette recherche, Kaoutar (E.3) a bien souffert et continue de souffrir des harcèlements et des discriminations puisqu'elle est femme. Entrepreneure de nécessité, célibataire, jeune et travaillant dans le secteur de textile, elle ne peut être à l'abri des mauvaises intentions des fournisseurs et des hommes qu'elle côtoie. A son côté, mais sans pour autant lui ressembler, Niama (E.9) trouve du mal à imposer ses choix et se sent toujours restreinte et contrôlée dans ses actes par son mari qui est au même temps son associé. Ces deux femmes entrepreneures ont soulevé la question du genre et ont discuté de son impact. Elles ont donné des exemples de discrimination sexuelle, qui étaient intrinsèques à la description de leur vie et de leur expérience entrepreneuriale. Kaoutar (E.3) par exemple a dû demander à son père de l'accompagner à maintes reprises pour gérer ses problèmes avec les fournisseurs. Toutefois ce qui différencie ces femmes de la troisième catégorie des « rebelles » c'est qu'elles ne mobilisent pas des stratégies pour surmonter ces discriminations et ces sentiments de malaises une bonne fois pour toute.

Témoignages :

« Au Maroc la femme est toujours sous-estimée et maltraitée. Cette situation empêche plusieurs filles de se lancer dans l'entrepreneuriat... Oui il y a une différence [entre entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin], en fait quand tu va te rendre chez un fournisseur accompagné de ton père ou d'un homme en général il va te respecter plus que quand tu t'y rends seule...J'ai vécu ça à maintes fois, quand je donne mon numéro au fournisseur pour avoir des nouvelles sur les arrivages, il m'appelle pour me draguer. Il me parle sur Whatsapp pour me demander si je veux me marier. Il me dit tu es jeune, qu'est ce que tu as à faire avec ça [l'entrepreneuriat]» (E.3).

« On ne croit pas vraiment à la femme comme une femme entrepreneure, on voit toujours son côté féminin... tu ne peux pas faire certaines choses c'est dédié aux

hommes, c'est la mentalité marocaine... surtout que moi je suis associée avec mon mari, et là c'est un autre problème. Il me dit non ça c'est une affaire d'homme ça c'est une affaire de femme... il te dit ah tu te crois supérieure, en fait t'es qu'une femme, c'est plus moi qui sais gérer, c'est tes émotions, c'est tes hormones, quand tu prends une décision il te dit c'est plus tes hormones qui sont entrain de décider tu n'es pas objective» (E.9)

1.2.3 Les « rebelles »

Ce dernier groupe de femmes entrepreneures a adopté une position plus activiste et rebelle en ce qui concerne les questions de genre. En effet elles témoignent toutes (E.1, E.2, E.14, E.15, E.17) qu'être femme entrepreneure n'est pas chose facile dans une société patriarcale mais elles ne cèdent jamais. Elles ont ainsi soulevé des problèmes rencontrés lors de leur aventure entrepreneuriale à cause de leur genre et perçoivent qu'être femme a certainement un impact sur leur rôle d'entrepreneure. Toutefois, ces femmes ne restent pas les bras croisés mais emploient plutôt une série de stratégies pour gérer cet impact négatif et parvenir à leurs objectifs aux moindres dégâts. Ces stratégies d'adaptation et parfois de lutte peuvent être divisées en deux catégories :

- Utiliser la ruse
- S'imposer et devenir une personne « plus résistante »

Etant mariées et femmes au foyer, Fatema (E.1) et Souad (E.2) ont employé la ruse face au refus de leurs conjoints. Pour exercer leur activité entrepreneuriale elles ont d'abord commencé à le faire en cachette puis ont pu prouver à leurs mari que cela était avantageux pour le bien-être de tous. Avec beaucoup plus de confiance et de caractère Fatima zahra (E.14), Asmae (E.15) et Khnata (E.17) ont pu s'imposer et faire face aux discriminations rencontrées tout au long de leur processus entrepreneurial.

« Je pense qu'il faut s'imposer » (E.17)

« Ils ne te prennent pas au sérieux [fournisseurs], mais avec le temps cette image a changé, maintenant quand je rentre au marché, tout le monde m'appelle fatima zahra la 'Maalma' je me suis imposé dans ce marché » (E.14).

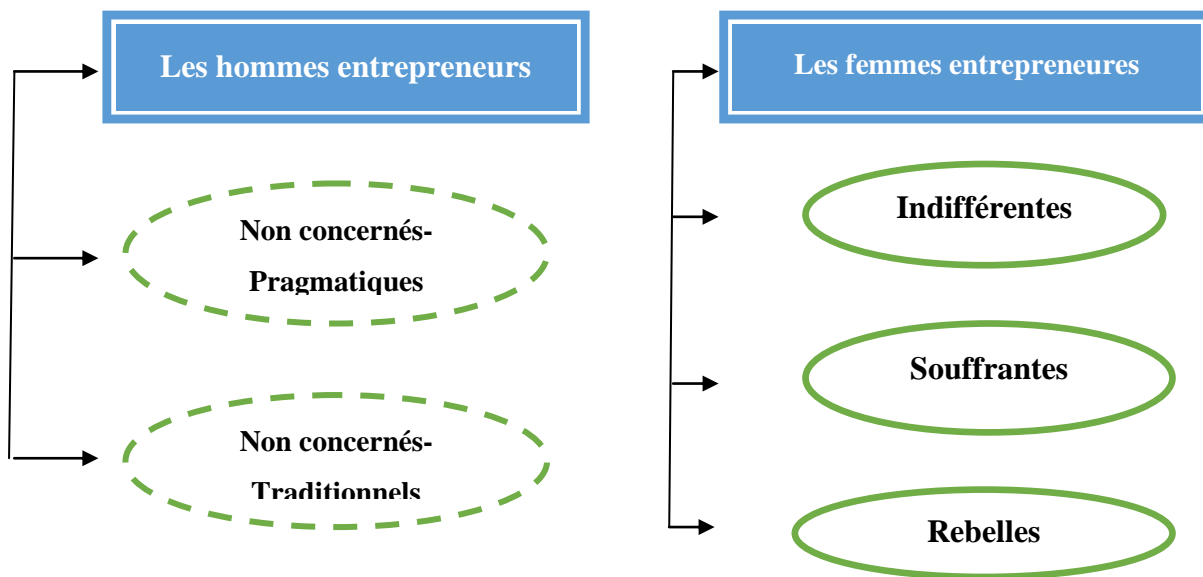
« Mon mari était contre mais avec le temps j'ai pu m'imposer. Je faisais des formations chez moi pendant les heures de son travail. Quand il rentre il ne trouvait personne » (E.1).

« Au tout début mon mari était contre le fait de travailler en dehors de chez moi, je formais les femmes à mon domicile » (E.2).

« Mon mari était contre au début mais je suis têtue comme une mule, et j'adore le challenge, je ne fais qu'à ma tête et j'ai réussi à le convaincre » (E.15).

A travers cette recherche nous avons découvert la force de la recherche qualitative et sa capacité à prendre en compte la diversité de l'échantillon. Nous avons ainsi exploré à la fois les thèmes les plus récurrents et les moins typiques qui se dégagent des données afin de comprendre le rôle du genre et son impact sur le processus entrepreneurial tel que perçu et vécu par les entrepreneurs marocains. Les perceptions des entrepreneurs ont permis de construire cinq catégories (Figure 28) et des citations des répondants ont également été incluses pour illustrer leurs arguments et faire entendre leurs voix.

Figure 28: Typologies des entrepreneurs selon leurs perceptions et attitudes à l'égard du genre



Source : Auteur

Le problème des genres, masculinité et féminité, au Maroc relève de faits culturels et sociaux. De plus en plus, l'idée d'une différence de nature entre les hommes et les femmes se trouve complétée par un conditionnement conférant à l'homme une position dominante et reléguant la femme dans une position de dépendance. Relatives et déterminées par l'environnement socioculturel, les différences de rôles, de positions

et de relations observés entre les entrepreneurs hommes et femmes donnent lieu à des discriminations. Toutefois, évoluant dans le temps et propres au contexte, ces discriminations et mentalités traditionnelles tendent à se réduire sensiblement. L'émergence de trois catégories différentes de femmes entrepreneures, en ce qui concerne leurs attitudes à l'égard du genre et, par conséquent, la manière dont elles traitent les questions de genre, a des implications sur la théorie féministe et, en particulier, les principes du féminisme libéral et social.

Rappelons ici que la théorie féministe sociale suggère qu'en raison des différences dans la socialisation précoce et continue, les femmes et les hommes sont fondamentalement différents. Les études antérieures sur l'entrepreneuriat qui ont comparé les hommes et les femmes en fonction des traits et des valeurs socialisés sont conformes à cette perspective. Par ailleurs, la théorie féministe libérale suggère que les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en raison d'une discrimination ouverte et de facteurs systémiques qui les privent de ressources vitales telles que l'éducation et l'expérience professionnelle. En effet, dans le cadre de cette recherche, l'écart du genre en entrepreneuriat tend plus vers la théorie sociale. Cela s'explique par une mentalité et une culture patriarcale qui est à l'origine des discriminations. En outre, les femmes de notre échantillon n'ont assimilé aucune discrimination dans l'accès au financement, à l'éducation ou au réseau causée par leur genre.

Tandis que les théories féministes libérales et sociales sont utiles pour aider à déterminer et à comprendre l'écart entre les hommes et les femmes entrepreneurs, ces perspectives ne s'étendent pas à l'explication des différences entre les femmes entrepreneures. Les trois catégories des femmes entrepreneures développées dans le cadre de ce travail limitent le pouvoir explicatif des deux théories. Ainsi, en considérant les différences entre les femmes entrepreneures, une nouvelle lumière est jetée sur l'écart du genre en entrepreneuriat. Il convient de noter également que les attitudes très différentes observées chez ces femmes selon leur secteur d'activité, leur niveau d'éducation, leur âge et le type d'entrepreneuriat engagé, est un aspect qui est négligé dans les recherches actuelles et dont l'impact devrait être davantage pris en compte. Cette hétérogénéité nous renvoie aux propos d'Ennaji (2009) qui affirme qu'au Maroc, le genre interagit de façon dialectique avec plusieurs variables sociales telles que l'origine géographique, la classe, le niveau d'éducation, l'emploi, les

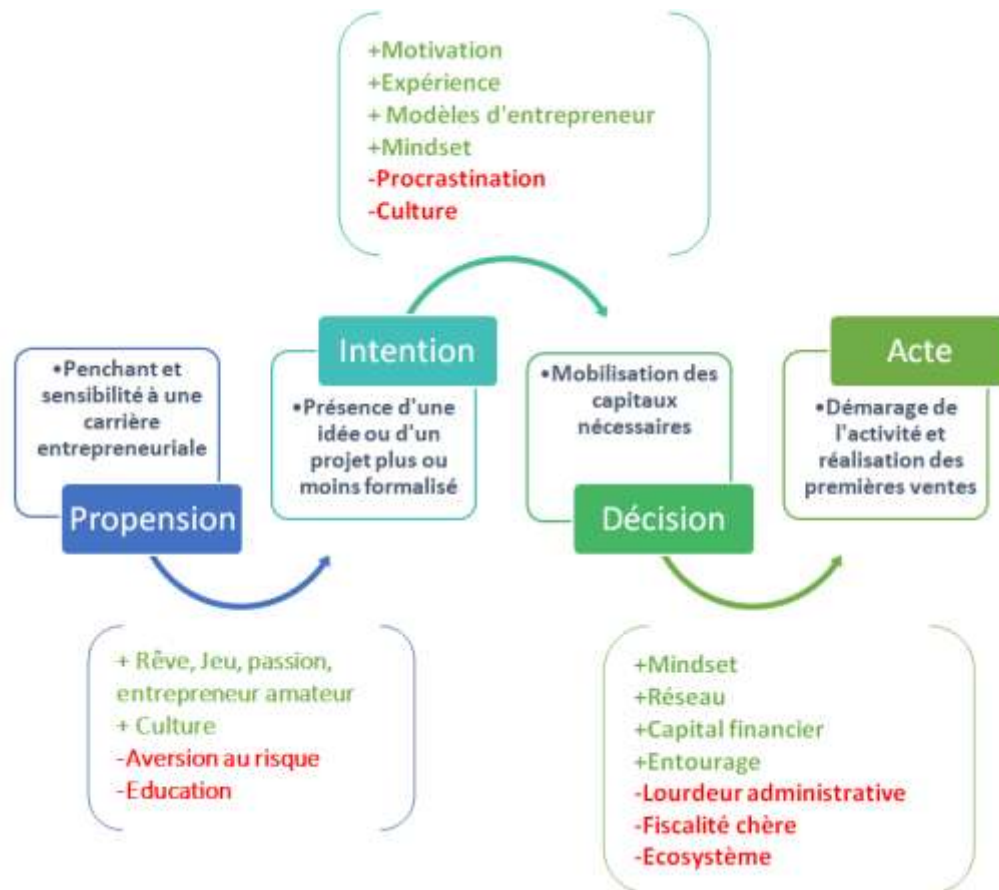
compétences linguistiques, l'état matrimonial. « *C'est au sein de cette interaction que les identités individuelles et collectives des femmes et des hommes, ainsi que les rôles de genre, sont continuellement construits, négociés et questionnés* » (p.58).

Les conclusions tirées de ces constats est que les femmes issues d'un entrepreneuriat d'opportunité, ayant un niveau d'éducation élevé se trouvent généralement à l'abri des discriminations. Ces femmes trouvent que tout est question de compétences et que l'écart homme/femme en entrepreneuriat est juste une question de temps et que la balance finira un jour par s'égaliser. Toutefois, les femmes relevant d'un entrepreneuriat de nécessité, exerçant dans un secteur d'activité traditionnel, jeunes célibataires sont les plus concernées par les discriminations voire même les harcèlement sexuels et moraux.

2. De la propension à l'acte entrepreneurial : Obstacles et leviers

La recherche a mis en lumière la difficulté permanente à définir et catégoriser l'esprit d'entreprise. L'émergence des différentes catégories d'entrepreneurs, a encore souligné la nature unique et originale du parcours de chaque individu. Tout en respectant cette hétérogénéité inhérente à l'esprit d'entreprise, et sans prétendre à une modélisation du processus entrepreneurial, nous présentons dans ce qui suit une synthèse des différents facteurs qui favorisent ou inhibent le passage de la propension à l'acte entrepreneurial au Maroc.

Figure 29: Processus entrepreneurial marocain



Source : Auteur

2.1 Des facteurs socioculturels à double tranchant

La **culture** est constituée des systèmes de valeurs et des règles sociales spécifiques à un groupe ou une société qui motivent les individus à se comporter de certaines manières, comme le fait de créer une entreprise (Shinnaret Janssen, 2012). En effet, plusieurs auteurs affirment que les normes implicites, les mœurs sociales et les facteurs culturels influencent le choix de carrière individuel pour devenir entrepreneur et créer une nouvelle entreprise (Thornton et Urbano, 2011). En outre, Les valeurs culturelles peuvent également agir pour façonner les rôles et les stéréotypes sociétaux liés au genre en termes de professions considérées comme appropriées pour les hommes ou les femmes et éventuellement identifier des stratégies pour les réduire. D'ailleurs les stéréotypes sur les rôles des hommes et des femmes ont pendant longtemps conduit à classer les emplois comme étant à prédominance féminine ou masculine (Heilman, 1983). Dans le cadre de ce travail, les facteurs socioculturels se manifestent comme les premières origines de l'écart du genre et l'écart intention-acte

entrepreneurial dans le contexte marocain. Le multiculturalisme y est caractérisé par un va-et-vient entre tradition arabo-berbère-islamique et les valeurs modernes et universelles du fait que le pays ait connu à travers son histoire plusieurs colonisations et conquêtes. Ainsi, les résultats issus des entretiens semi-directifs témoignent que la culture est une arme à double tranchant. Parfois stimulante mais plusieurs fois contraignante. Si la propension entrepreneuriale est développée très tôt dans la vie des entrepreneurs c'est surtout grâce à « *une pulsion naturelle pour l'indépendance dans les pays méditerranéens qui fait que nous avons toujours cet envie d'entreprendre, je ne veux pas de hiérarchie ça fait partie de nos gènes* » (E.18). Une culture stimulante où l'on apprend à l'enfant une forme d'indépendance et on lui inculque indirectement cet esprit entrepreneurial en l'incitant à développer des petites activités commerciales (vente de friandises, abricot, manuels scolaires...) dès son jeune âge. Toutefois, une fois à l'école cet esprit entrepreneurial peut s'atténuer puisqu'on associe généralement la réussite et le succès professionnel aux métiers d'architecte, médecin, ingénieur, pilote...etc. En plus, les marocains expriment une grande réticence vis-à-vis du risque « *la culture marocaine s'étend vers la peur, on est un peu réticent par rapport à la création d'une entreprise et on n'a pas un esprit aventurier. On a hérité malheureusement cet esprit des français* » (E.13). Ils privilégient ainsi la sécurité du fonctionnariat ou au moins le salariat « *Il y a une culture marocaine qui est incarné surtout chez les parents qui me disent vous avez déjà un poste, vous êtes enseignant ce n'est pas la peine de s'aventurer au niveau de l'entrepreneuriat* » (E.13). Les effets de la culture sont inhérents à la réaction de l'entourage de l'entrepreneur une fois son intention exprimée à haute voix.

Le **contexte familial** peut à son tour jouer un double rôle au cours du processus entrepreneurial (Tableau 27). Une fois l'intention entrepreneuriale exprimée par les interviewés, le premier défi était de convaincre la famille qui dans la majorité des cas refuse ce choix de carrière ce qui constitue l'une des principales origines de l'écart intention-acte entrepreneurial. Cependant, ce même entourage qui est généralement contraignant dans les phases initiales du processus entrepreneurial se montre très soutenant (soutien moral, financier, garde des enfants ...) une fois la décision prise et est considéré à l'unanimité comme indispensable pour la réussite du projet.

Tableau 27 : La famille, une arme à double tranchant

Le contexte familial	
Facteur handicapant	Facteur de succès
<p>« Au début ils étaient contre [parents], ils me disent tu as étudié pendant 5 ans et tu seras une couturière » (E.3).</p> <p>« Mes parents étaient contre, déjà j'étais étudiante et ils ne concevaient pas cette idée d'être au même temps entrepreneur et étudiant » (E.8).</p> <p>« Mes parents, mes frères et sœurs étaient contre parce qu'ils préfèrent une situation stable et de sécurité que d'être entrepreneur » (E.5).</p> <p>« Dans le démarrage de mon projet tout l'environnement était favorable. Mis à part mes parents qui avaient peur parce que c'est un secteur masculin » (E.6).</p> <p>« Ma mère était contre. C'est une ancienne femme marocaine, femme au foyer, elle te dit non il faut que tu construis ta famille, mariage, stabilité, avantages sociaux » (E.7).</p> <p>« Au début ils n'étaient pas d'accord avec ce que je faisais, à chaque fois ils me disaient que j'étais instable, ils avaient peur et ne croyaient pas que je vais réussir » (E.4).</p> <p>« Par contre la famille ils étaient toujours contre l'idée d'entreprendre, déjà quand j'ai fait des études en entrepreneuriat ils n'étaient pas d'accord, pour eux il faudrait étudier le marketing, la comptabilité, des matières techniques » (E.9).</p> <p>« Mes parents ont toujours insisté à ce que je termine mes études. Quand je n'ai pas pu assurer les charges des études sur rabat, ils ont insisté à m'inscrire à la fac et était catégoriquement contre l'entrepreneuriat » (E.10).</p> <p>« ma mère a toujours voulu que je sois salarié à 100% pour avoir une certaine sécurité et stabilité financière » (E.11).</p> <p>« Ma mère était contre, ils voulaient que je sois salarié, parce que j'ai fait des études » (E.14).</p> <p>« Les parents aussi, surtout la mère. Elle me disait non tu es salarié tu dois garder ton</p>	<p>« Mon mari m'aide à tous les niveaux » (E.2).</p> <p>« Le soutien financier des parents m'était indispensable pendant les deux premières années » (E.18)</p> <p>« c'est mon mari qui s'occupe des enfants quand je travaille les weekends » (E.5).</p> <p>« Je travaille avec mes parents sur toute la chaîne de valeur. Moi je suis chargée des réseaux sociaux et la création de modèles, mon père se charge de la conception et maman la couture » (E.15).</p> <p>« Maintenant tout va bien ils me soutiennent mon père fait le chauffeur (rire), maintenant ils sont plus compréhensifs » (E.3).</p> <p>« Parfois entre midi et deux je ne peux ne pas rentrer. Il y a le soutien de ma mère avec les enfants » (E.6).</p> <p>« mon conjoint est plus présent dans tout ce qui est tâche ménagères, la petite donc c'est fifty/fifty » (E.16).</p> <p>« J'ai dû emprunter auprès de la famille pour démarrer parce que l'activité n'a pas démarré » (E.12).</p> <p>« Mon oncle et mon frère m'ont aidé dans tout ce qui est fiscalité, comptabilité. Pour monter le business plan et le business model c'était mon frère » (E.4)</p>

poste » (E.18).	
« Mes parents prient dieu pour que je puisse décrocher un job en fonctionariat même si j'ai réussi en entrepreneuriat » (E.19).	

Source : Auteur

La culture marocaine est d'autant plus contraignante pour la gent féminine à cause du mariage précoce de l'analphabétisme surtout chez les jeunes filles issues des milieux défavorisés « *Dans cette région, les filles quittent l'école très jeunes et se marient tôt. Moi depuis le début de l'activité, sept filles qui ont travaillé avec moi se sont mariées et ont quitté l'entreprise* » (E. 3).

2.2 Des profils authentiques

Le paradigme du processus entrepreneurial est considéré dans le présent travail comme générique puisqu'il permet de cerner tous les aspects du phénomène entrepreneurial (Individu, processus, projet, environnement). Plutôt que d'essayer de dresser le profil de l'entrepreneur(e) marocain, chose qui a échoué et a été largement critiquée dans les recherches s'inscrivant dans une approche basée sur les traits, nous présentant dans ce qui suit une synthèse des caractéristiques psychologiques, des traits de personnalité, des motivations et des comportements adoptés par les entrepreneurs de notre échantillon pour concrétiser leur propension entrepreneuriale et créer leurs entreprises. Loin du mythe de l'entrepreneur « *super-héros* », l'entrepreneur marocain tend plutôt vers une logique « *effectuale* » (Sarasvathy, 2001) et nous fait découvrir un caractère authentique.

2.2.1 *Entreprendre doucement mais sûrement*

Comme nous l'avons vu, les théories de l'entrepreneuriat associent pour la plupart l'entrepreneur à un « *héros* », un « *fou du risque* », capable de repérer les opportunités, rationnel et rentable. Néanmoins, la réalité observée dans le contexte marocain nous fait plutôt découvrir un entrepreneur cherchant à minimiser les risques, des profils hybrides qui testent leurs projets tout en étant salariés, qui commencent petit et qui développent leurs projets en progressant par ajustements permanents en fonction des ressources mis à leur disposition. Sanae (E.5) a lancé son entreprise par tâtonnement « *J'ai tâtonné, c'était la journée de la femme et j'étais toujours salariée, et j'ai tâtonné avec une entreprise pour la distribution des roses pour les collaboratrices de la société à laquelle je travaillais, et ça a marché j'ai gagné, j'ai*

pu vendre ». Fatima zahra (E.14) a également testé son projet avant de s'investir complètement dans l'affaire « *j'ai d'abord commencé par faire un teste, je me suis d'abord dit que je vais voir est ce que ces Abaya que je compte produire vont me plaire à moi personnellement. J'avais à l'époque quelques abonnées sur mon compte facebook personnel, donc quand j'ai commencé à poster mes photos avec les tenues, ils ont commencé à me demander d'où je les ai eu, c'est comme si j'avais fait une petite étude de marché. J'ai vite créée une page facebook et j'ai répondu que je les ai eu chez 'nom de son future l'entreprise'* ». Ils ont commencé petit, ont pris des risque calculés et affirment que c'est l'un des secrets de leur réussite.

Témoignages :

« J'ai commencé petit à petit et au début je ne me lançais pas dans des projets qui nécessitent de gros investissement. Je me lance petit à petit je ne dépasse pas mes compétences et mes ressources je ne m'aventure pas trop et je ne prends pas beaucoup de risque » (E.5).

« Parce que j'ai commencé au début par des petits projets, et en parallèle je me préparais pour les gros projets notamment le cinéma. Et je ne voulais pas me lancer dans le cinéma avant d'avoir un projet qui peut m'aider à décoller... J'ai commencé petit et des fois il y avait des opportunités qui se présentaient mais je les accepte pas parce que je sais que je ne serai pas à la hauteur, enfin il faut aller doucement, pas à pas c'est comme un escalier. » (E.18).

« Il faut aussi commencé doucement, faire preuve de patience pour réussir son projet » (E.19).

« Si j'avais à conseiller des personnes qui viennent de se lancer en entrepreneuriat, il faut commencer petit. Parce que si tu tentes de commencer grand tu risques de recevoir un coup dur et ne jamais te relever » (E.15).

« Il faut savoir être agile. Tu démarre avec une petite idée et tu la teste. Il faut savoir ajuster le produit au besoin du client. Après tu jongle. Donc l'agilité est très importante dans l'entrepreneuriat » (FG2).

2.2.2 Développer un mental d'acier

Comme nous l'avons déjà développé dans le chapitre précédent, les entrepreneurs soulignent l'importance de développer un *mindset* entrepreneurial. Ils ont fait part de

leurs échecs, dépressions, blocages et des moments d'incertitudes infinis qui les accompagnent tout au long de leur aventure. Pour y faire face, ils ont pu développer un mental d'acier. Ils font preuve de beaucoup de courage, patience, persévérance et résilience. Ils sont humbles et témoignent d'un grand dévouement pour avoir l'information *«Il faut toujours faire preuve d'humilité et laisser un peu l'égo de côté, parce que quand on veut se relever, quand on veut chercher du conseil parce que c'est très important, quand on a cet égo on va dire surdimensionné, c'est bloquant. Alors quand on fait preuve d'humilité et on va chercher la connaissance, je ne sais pas à travers des outils ou des personnes, donc ça pour moi c'est une qualité fondamentale »* (E.8). Ils considèrent tous, sans exception, que la réussite et une succession d'échecs et en profitent pleinement pour apprendre davantage.

Témoignage :

« Avant tout l'entrepreneuriat c'est un Mindset. L'entrepreneur en lui-même est un projet et il doit travailler sur soi... Attention à sortir du salariat et garder le même mindset , c'est la plus grande erreur . En salarié on est formaté, on travaille 8 h, on est rémunéré en fin de mois, on échange notre temps contre l'argent, on cherche la sécurité et la stabilité. En entrepreneuriat on n'échange pas notre temps contre l'argent mais on investit notre temps contre l'argent, on cherche l'aventure et la liberté, donc ne cherche surtout pas pendant la première année à être stable ou en sécurité» (FG2).

2.2.3 S'entourer de bonnes personnes

En dehors de la famille, l'entrepreneur se trouve également face un **entourage multi face** (amis, collègues, fournisseurs, clients...). La confrontation des résultats des entretiens semi-directifs et ceux issus des focus groups nous permet de distinguer trois catégories de proches : L'entourage *« cassant »*, L'entourage *« motivant »* et l'entourage *« observateur »*.

- L'entourage *« Cassant »* : sont ceux qui trouvent du plaisir à mettre les bâtons dans les roues et à dégager de l'énergie négative.
- L'entourage *« motivant »* : est composé de toutes ces personnes qui poussent les entrepreneurs à aller de l'avant.

- L'entourage « observateur » : correspond à ceux qui observent les comportements des entrepreneurs de loin mais risquent dans certains cas de les copier.

Les entrepreneurs se plaignent des « *cassants* » et considèrent que c'est la catégorie la plus représentée dans la société marocaine « *on se retrouve toujours face à des personnes qui te démotive, qui dégagent beaucoup d'ondes négatives et essayent de créer du doute chez l'entrepreneur* » (FG2). En parlant de doute, Khnata (E.17) trouve que « *l'entourage est très important dans la vie d'un entrepreneur. Parce que déjà l'entrepreneur est toujours en doute. Si l'entourage accentue ce doute avec ses propres doutes ce n'est vraiment pas évident. C'est très important d'avoir un entourage soutenant, un entourage présent et prêt à aider* ». Les entrepreneurs trouvent qu'il faut s'entourer de bonnes personnes, éviter les observateurs et se mettre à l'écart des « *cassants* ». Meryem (FG2), nous résume cette réalité en donnant comme exemple sa propre stratégie « *les gens qui réussissent doivent être entouré des gens qui ont eu un succès c'est eux qui vous tirent vers le haut. Il faut être un peu égoïste ou faire la rebelle, ceux qui partagent des ondes positives, me soutiennent et constituent un tremplin pour l'entrepreneuriat sont les bienvenus, ceux qui regardent de loin je les laisse, et les pessimistes je les écarte* ».

Rappelons aussi que bon nombre d'entrepreneurs de notre échantillon été inspiré par des modèles d'entrepreneurs et accordent tous une importance majeure au développement de leur réseau. Ils le considèrent comme une source d'information, un outil pour dénicher les opportunités, un moyen pour constituer une base de données clients et fournisseurs et une source de développement du capital humain et financier. Le réseau apparaît dans la présente recherche comme la clé de voute de la réussite entrepreneuriale dans le contexte marocain.

2.3 Un écosystème entrepreneurial contraignant

Les entrepreneurs marocains, homme aussi bien que femme, relevant d'un entrepreneuriat d'opportunité ou de nécessité ont soulevé plusieurs obstacles rattachés à un **écosystème incohérent**, une **grande lourdeur administrative et fiscale**, et un **accès restreint aux moyens de financement**. En effet, une fois la décision de passer à l'acte prise, le moment de formalisation présente une grande lourdeur et peut même pousser certains entrepreneurs à rester dans l'informel « *il y avait une certaine*

lourdeur administrative mais je crois que c'est dû à un circuit d'information lourd entre les services. J'entendais souvent qu'il y a le guichet unique mais malheureusement ce n'est pas le cas. Moi je m'attendais que ce guichet unique il va me donner un coup de main par rapport à la création que ça sera rapide. Je me suis dit qu'en 48h c'est le maximum mais je me suis retrouvé avec 2 mois pour la création malgré mon réseau » (E.13). Les entrepreneurs se plaignent également d'un écosystème entrepreneurial incohérent. En effet l'écosystème entrepreneurial marocain regroupe une multitude d'acteurs ayant pour objectif de soutenir l'engouement des marocains pour l'entrepreneuriat et promouvoir la création d'entreprises. Toutefois, le défi à relever est d'œuvrer en synergie, coordonner et consolider les acquis pour accélérer la cadence. Concrètement, les entrepreneurs souffrent d'un grand manque d'informations, d'une fiscalité chère et d'un accès très limité aux structures de financement. Ces obstacles pèsent plus lourd sur les entrepreneurs de nécessité qui s'occupent seules de la création juridique et sont plus touchés par les problèmes liés au financement à l'encontre des entrepreneurs d'opportunité qui ont tous eu recours à une structure fiduciaire pour la création de leur entreprise et sont moins concernés par les problèmes d'argent.

Les résultats de notre étude empirique corroborent ceux issus de la revue de littérature (Chapitre 3) quand il s'agit de l'écart du genre au cours des phases initiales du processus entrepreneurial (Propension et intention). S'inscrivant dans une perspective féministe sociale, cet écart est surtout dû aux différences dans les processus de socialisation des hommes et des femmes. Les facteurs socioculturels sont à l'origine de ces différences au Maroc. Les femmes vivent dans un univers masculin. L'image que la société donne à l'homme et à la femme diffère. Pour correspondre aux normes sociales, un homme devra réussir à entretenir sa famille, se faire une situation, voire dominer et commander. Quant à la femme, son image composite la montre tantôt comme une épouse dépendante de son mari, une bonne ménagère et une main-d'œuvre sous-employée, sous-qualifiée et sous-payée, tantôt comme une travailleuse autonome, libérée des tabous et entreprenante. Les exigences de la tradition, les préjugés autour de leur place et de leur rôle dans la société ne leur permettent pas toujours de contribuer efficacement au développement économique des régions. Il s'agit là d'une tendance lourde qui malgré tout demeure encore influencée par des stéréotypes sociaux ralentissant la promotion des femmes. Toutefois, une fois ces

phases initiales dépassées, on remarque une neutralité du genre cédant la place au type d'entrepreneuriat engagé (opportunité vs nécessité) qui différencie l'expérience entrepreneuriale lors des phases avancées du processus.

Le fait de considérer les résultats à travers le prisme théorique permet également de mieux comprendre la situation. Pour reprendre le chapitre 3, un débat est en cours pour savoir si l'accès des femmes entrepreneures aux ressources est dû à la discrimination, comme le postule le féminisme libéral, ou s'il est dû à leur socialisation et à un manque de confiance pour rechercher des ressources, comme le théorise le féminisme social. Les données générées dans le cadre de cette recherche ne soutiennent aucune des deux perspectives théoriques, mais indiquent plutôt une troisième alternative, selon laquelle l'attitude particulière des femmes et des hommes entrepreneurs à l'égard des capitaux mobilisés (humain, social et financier) diffèrent selon le type d'entrepreneuriat engagé (opportunité vs nécessité).

Prenant à titre d'exemple l'attitude financière prudente des marocains qui est partagée par de nombreux entrepreneurs masculins et féminins et qui indique par conséquent la neutralité du genre. Toutefois, cette attitude varie entre les entrepreneurs de nécessité et d'opportunité. Par ailleurs, nous rappelons que dans le cadre de cette recherche la distinction des entrepreneurs de nécessité des entrepreneurs d'opportunité ne s'est pas limitée aux facteurs *push* et *pull* mais s'est basée en plus sur des critères plus objectifs (situation financière, milieu d'appartenant, expériences antérieures). Une explication possible de cette attitude est offerte par la théorie de l'effectuation (Sarasvathy, 2001) qui adopte une approche plus pratique de l'entrepreneuriat, en se concentrant sur le processus dans lequel les entrepreneurs s'engagent. Les expériences vécues par les entrepreneurs marocains, hommes et femmes, correspondent mieux à cette perspective selon laquelle les entrepreneurs créent leur entreprise avec les ressources dont ils disposent à ce moment-là, exploitant ainsi leurs propres circonstances particulières. La théorie suggère ensuite qu'en raison de l'imprévisibilité du monde sur lequel ils n'ont aucun contrôle, les entrepreneurs prennent des décisions financières et font des investissements en fonction de ce qu'ils peuvent se permettre de perdre plutôt que de ce qu'ils peuvent espérer gagner (Sarasvathy, 2001). En outre, cette notion de "se permettre de perdre" renvoie à une prise de risque contrôlée dont presque tous les entrepreneurs ont fait part et est plus subjective que technique.

Cette re-conceptualisation du processus entrepreneurial, qui considère la création d'entreprise comme un processus ascendant et fluide, dans lequel l'entrepreneur cherche à minimiser les coûts de l'échec (Sarasvathy *et al.*, 2003), explique bien les actions des entrepreneurs marocains. En effet, tant les hommes entrepreneurs que les femmes adoptent cette approche, ce qui indique la pertinence de cette perspective pour ces entrepreneurs et la diminution du pouvoir explicatif offert par les deux théories féministes pour expliquer l'écart du genre dans les phases avancées du processus entrepreneurial.

II. Contributions, limites et perspectives de la recherche

Depuis 1999, le *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) indique que, dans le monde entier, les hommes sont plus impliqués que les femmes dans le processus de création de nouvelles entreprises. Bien qu'il y ait un intérêt académique grandissant pour déchiffrer l'écart du genre en entrepreneuriat, l'accent porte généralement sur l'entrepreneuriat féminin, sans que des comparaisons soient faites. En revanche, l'influence du genre sur le processus entrepreneurial amont dans son ensemble a été peu explorée (Melo, Silva and Tatiane Nunes Viana de Almeida, 2019). En outre, la littérature sur l'entrepreneuriat se concentre principalement sur la partie motivationnelle et intentionnelle du processus entrepreneurial, au détriment des études portant sur l'action entrepreneuriale. D'ailleurs, si on fait référence à la théorie du comportement planifié développée par Azjen (1991) et reprise par Tounés (2003) dans son modèle du processus entrepreneurial mobilisé dans ce travail, d'autres facteurs que l'intention interviennent pour distinguer ceux qui passent à l'action de ceux qui ne le font pas (écart intention-acte). Par ailleurs, plusieurs chercheurs appellent à un examen du genre et de l'entrepreneuriat dans différentes nations et cultures (Shinnar *et al.*, 2012). L'article de Shahriar (2018) qui a tenté d'explorer cette problématique dans différents contextes (sociétés patriarcales et matriarcales) présente comme principales limites de sa recherche : La non considération du type d'entrepreneuriat (opportunité- nécessité) et l'incapacité de sa conception expérimentale à identifier à quel stade les différences entre les sexes apparaissent. Notre recherche a tenté modestement de contribuer à combler les gaps susmentionnés, faire écho aux appels à la mobilisation des recherches qualitatives (Jennings and Brush, 2013), des théories féministes (Henry, Foss et Ahl, 2016) dans une perspective comparative entre les femmes et hommes entrepreneurs (Bruin, Brush et Welter, 2007), afin d'explorer les spécificités du processus entrepreneurial et comprendre les facteurs qui le favorisent ou l'inhibent dans le contexte marocain.

1. Contributions de la recherche

- Sur le plan théorique

Comme nous l'avons souligné dans la section précédente, la recherche apporte une contribution à la théorie en permettant de comprendre le rôle du genre en l'entrepreneuriat. Tout d'abord, ce travail propose une revue de la littérature actualisée

à ce jour concernant l'entrepreneuriat et le genre et propose sa structuration sur la base des théories féministes libérale et sociale. En plus, en analysant les résultats empiriques de la recherche à travers les perspectives théoriques du féminisme, cette recherche souligne le pouvoir explicatif limité et attire, l'attention sur le potentiel explicatif de la théorie de l'effectuation dans la recherche sur le genre et l'entrepreneuriat. Le corpus de recherche a suscité une réflexion plus poussée sur les différents groupes de femmes entrepreneures, cette image peut devenir plus claire, à mesure que les différences entre les perceptions et les expériences des femmes entrepreneures apparaissent.

Par ailleurs, notre thèse contribue à la littérature sur l'entrepreneuriat en se concentrant sur le processus entrepreneurial et son caractère générique démontré à travers une lecture multi-paradigmatique du champ. Contrairement à la grande majorité des études publiées, nous ne nous sommes pas limitée à l'intention entrepreneuriale et ses antécédents, mais nous tenons compte de toutes les phases du processus entrepreneurial, de la propension à l'intention. Ce travail a permis ainsi d'explorer la relation intention-comportement en relevant les facteurs qui pourraient faciliter la transition entre les deux afin d'aider les individus qui expriment une intention entrepreneuriale à créer réellement leurs entreprises.

Cette recherche a également pointé du doigt la dichotomie (*push/pull*) communément acceptée pour distinguer l'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité en considérant la mixité de la motivation des entrepreneurs et son caractère instable et mouvant tout au long du processus ainsi que la nécessité de critères plus objectifs pour la distinction opportunité vs nécessité.

- Sur le plan méthodologique

Sur le plan méthodologique, ce travail fait écho aux appels à la mobilisation des méthodes d'analyse qualitative qui ont vocation à mieux comprendre «*l'entrepreneuriat en soi, une activité genrée* » (Jennings and Brush, 2013). La méthode des cas mobilisée se prête naturellement à l'analyse des processus entrepreneuriaux dans la mesure où elle vise à saisir en profondeur le fonctionnement d'un système, porte sur des phénomènes contemporains non dissociés de leur contexte et mobilise plusieurs sources de données (Yin, 2009). La compréhension est souvent associée à la capacité d'empathie, c'est-à-dire la faculté de se mettre à la place

d'autrui, de percevoir ce qu'il ressent chose qui a été comblée par les outils de collecte de données mobilisées (Entretiens semi directifs et Focus groups). En effet, Comme le révèle notre enquête, les entretiens sont plus efficaces lorsqu'ils sont accompagnés d'autres méthodes de collecte de données (Javadian, Gupta et Knights, 2016). En outre, en adoptant une approche compréhensive et en explorant les expériences des entrepreneurs, cette recherche a contribué à répondre aux appels de (Gartner, 2008) en faveur d'une recherche plus approfondie sur les histoires des entrepreneurs, comme il l'affirme :

« Ainsi, je crois que le défi actuel est de prêter attention aux histoires que les entrepreneurs racontent sur eux-mêmes, dans le présent, et à la façon dont leurs points de vue sur leur passé, leur présent et leur avenir sont perçus et mis en œuvre dans leur vie quotidienne » (p360).

En adoptant cette approche, la recherche a donc contribué à enrichir le corpus de connaissances, à approfondir la compréhension des entrepreneurs et à saisir le processus entrepreneurial dans sa complexité et dans la diversité du contexte marocain.

- Sur le plan managérial

La recherche a permis d'approfondir la compréhension des expériences des entrepreneurs (hommes, femmes, opportunité, nécessité) et du processus entrepreneurial qu'ils empruntent pour la création de leurs entreprises dans le contexte marocain en relevant ses spécificités, leviers et obstacles.

Cette thèse a des implications pratiques pour différents acteurs. Tout d'abord, pour les entrepreneurs, les résultats donnent des clés pour faciliter l'acte entrepreneurial, les obstacles à éviter et les bonnes pratiques à adopter tout au long du processus. En effet, les entrepreneurs disposent déjà du matériel nécessaire pour réfléchir et évaluer leurs projets, comme des modèles d'affaires. Cependant, ils n'ont pas une vision claire sur le déroulement du processus entrepreneurial, les secrets de cette aventure et les spécificités du contexte marocain qui impactent le passage de la propension à l'acte.

Par ailleurs, notre thèse pourrait s'avérer utile pour les décideurs. En effet, compte tenu des enjeux économiques de l'entrepreneuriat (création d'emplois, augmentation du PIB, développement du tissu économique du pays...), les politiques sont intéressés

par l'amélioration du nombre de créations d'entreprises. Toutefois, les mesures mises en place ne semblent pas pour autant efficaces et les écarts du genre et intention-acte persistent. Ce travail pointe du doigt l'impact des facteurs socioculturels sur le développement de l'entrepreneuriat au Maroc et les discriminations liées au genre. Il permet également de soulever l'incohérence et le manque de collaboration entre les acteurs de l'écosystème entrepreneurial.

Enfin, notre thèse peut avoir des implications pour les programmes d'éducation et d'enseignement. Elle représente un outil pour réfléchir de nouvelles innovations pédagogiques à mettre en place pour développer un *mindset* entrepreneurial chez les enfants et les jeunes étudiants plutôt que de se concentrer sur les outils de gestion qui sont certes importantes pour gérer les entreprises mais pas pour les créer et les développer. Face à la grande hétérogénéité de l'entrepreneuriat, les profils des entrepreneurs sont également à considérer par les structures d'accompagnement afin d'offrir un accompagnement personnalisé et permettre ainsi la concrétisation de l'intention entrepreneuriale d'un grand nombre d'entrepreneurs potentiels.

2. Limites et perspectives

Comme c'est le cas pour toute recherche, le présent travail conduit recèle plusieurs limites. Son caractère exploratoire fait qu'elle se concentre sur des phénomènes peu compris, ce qui permet d'identifier des hypothèses pour des recherches ultérieures (Marshall et Rossman, 1995). Étant donné l'absence de consensus sur le rôle du genre dans l'expérience des femmes en matière d'entrepreneuriat, une approche exploratoire était nécessaire. Cependant, l'inconvénient de la recherche exploratoire est l'incapacité de généralisation des résultats et le fait que les thèmes développés doivent être testés dans différents contextes (Anderson, 2000).

Ainsi, afin de rassembler le matériel riche (Stevenson, 1990) qui pourrait fournir une "description profonde" (Ghauri et Gronhaug, 2002) de la situation, l'échantillon était petit en nombre (dix-neuf). Cette approche a offert l'avantage d'une connaissance approfondie du phénomène étudié et, grâce à l'analyse des données, de nouveaux concepts tels que les typologies d'entrepreneurs ont émergé. Néanmoins, nous sommes consciente que, compte tenu de la nature exploratoire de la recherche et de l'hétérogénéité des femmes entrepreneures, la typologie peut ne pas expliquer toutes les expériences des femmes entrepreneures dans différents contextes. Toutefois, cette

typologie représente un point de départ utile sur lequel d'autres recherches pourront s'appuyer.

Les entrepreneurs composant notre échantillon sont plus concentrés dans la région de Casablanca-Settat ce qui peut limiter la pertinence de nos résultats. L'élargissement de la recherche à d'autres territoires serait une piste de recherche intéressante, elle pourrait faire émerger des résultats différents sur la relation genre et entrepreneuriat et éventuellement de nouveaux profils de femmes entrepreneurs.

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Liste des tableaux

Tableau 1 : Synthèse des approches de la recherche en entrepreneuriat	24
Tableau 2: Caractéristiques psychologiques d'un entrepreneur qui réussit	29
Tableau 3: Caractéristiques psychologiques et individuelles des entrepreneurs	38
Tableau 4: Les variables environnementales qui influencent la création d'une organisation.....	40
Tableau 5 : Les questions clés en entrepreneuriat	49
Tableau 6: L'entrepreneuriat en tant que processus	54
Tableau 7 : les modèles du processus entrepreneurial	60
Tableau 8 : Les principaux cadres théoriques modélisant l'intention	80
Tableau 9 : Synthèse chronologique des premières études sur l'entrepreneuriat féminin	98
Tableau 10 . Genre et processus entrepreneurial : synthèse de la littérature	104
Tableau 11 : Indicateurs trimestriels d'activité, d'emploi et de chômage par milieu de résidence	119
Tableau 12 : Indicateurs issus de l'enquête sur la population adulte (APS).....	127
Tableau 13 : Indicateurs clés de l'entrepreneuriat au Maroc (2018)	130
Tableau 14 : Les motivations entrepreneuriales : Opportunité/Nécessité	138
Tableau 15 : Création d'entreprise au Maroc	140
Tableau 16 : Les quatre phases de l'évolution de l'approche genre et son intégration aux politiques publiques	143
Tableau 17 : Réformes pour l'égalité de genre au Maroc.....	149
Tableau 18 : Taux d'activité et taux de chômage selon le sexe et le milieu de résidence au Maroc	152

Tableau 19: Taux de féminisation de l'emploi (en %) selon les secteurs d'activité économique	153
Tableau 20 : Positions épistémologiques des paradigmes positiviste, interprétativiste et constructiviste	166
Tableau 21: Les critères de validité de la connaissance dans les paradigmes épistémologiques.....	169
Tableau 22 : Les recherches qualitatives en entrepreneuriat : objectifs et méthodes	190
Tableau 23 : localisation géographique des interviewés.....	214
Tableau 24: Un échantillon varié	216
Tableau 25: Motivations de nécessité/Opportunité.....	250
Tableau 26: Ecart du genre et Ecart Intention-Acte entrepreneurial au Maroc (2015-2020)	285
Tableau 27 : La famille, une arme à double tranchant.....	299

Liste des figures

Figure 1. Les quatre paradigmes dominants de l'entrepreneuriat.....	33
Figure 2: Modèle de processus entrepreneurial basé sur l'opportunité	36
Figure 3 :Représentation traditionnelle d'un processus.....	51
Figure 4: Modèle de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)	57
Figure 5: Un modèle de processus entrepreneurial (Carole Moore, 1986).....	58
Figure 6: Modèle du processus de création d'une entreprise (Bhave, 1994).....	58
Figure 7: Etapes et activités du processus de création d'entreprises (Filion, Borges and Simard, 2006).....	59
Figure 8: Modèle de processus entrepreneurial ((Baron and Henry, 2011).....	59
Figure 9: Synthèse des principaux paradigmes en l'entrepreneuriat	64
Figure 10 : Les phases du processus entrepreneurial.....	79
Figure 11 : Distribution du TEA par genre	85
Figure 12 : Nombre d'enfants, d'adolescents et de jeunes non scolarisés dans le monde, 2000-2015	94
Figure 13 : La répartition des attitudes personnelles liées à l'entrepreneuriat par genre au Maroc	108
Figure 14 : Evolution de la part des femmes dans l'emploi du secteur informel.....	120
Figure 15 : Indicateurs du statut de l'auto-entrepreneur au Maroc.....	120
Figure 16 : Ecosystème entrepreneurial Marocain aux yeux des experts	135
Figure 17: Evolution des politiques publiques d'égalité de genre	146
Figure 18 : Proportion des femmes et des hommes dans la population active occupée selon le statut professionnel sur la période 1999-2013.....	154
Figure 19 : Les contraintes à l'entrepreneuriat féminin au Maroc.....	155
Figure 20: Les raisons de non accès des femmes marocaines âgées de 15 ans et plus au marché de travail	160

Figure 21 : processus de codage des données	208
Figure 22: Référencement des entretiens	209
Figure 23: Statut juridique choisi par les entrepreneurs de notre échantillon.....	219
Figure 24: Niveau d'éducation de l'échantillon.....	220
Figure 25 : La triade de l'esprit entrepreneurial	266
Figure 26 : Aptitudes et attitudes entrepreneuriales exprimées par les entrepreneurs et leur récurrence	268
Figure 27: les différents résultats de la recherche.....	288
Figure 28: Typologies des entrepreneurs selon leurs perceptions et attitudes à l'égard du genre.....	294
Figure 29: Processus entrepreneurial marocain	296

Bibliographie

A

Adéquations (2015) 'Historique des conférences internationales -Egalité femmes-hommes- Egalité et approche genre', *Association Adéquations*.

ADS (2014) *Gestion Axée sur les Résultats Sensible au Genre Préface*.

Ahl, H. (2006) 'Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), pp. 595–621. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>.

Ahl, H. (2007) 'Sex business in the toy store: A narrative analysis of a teaching case', *Journal of Business Venturing*, 22(5), pp. 673–693. doi: 10.1016/j.jbusvent.2006.10.007.

Ahl, H. and Nelson, T. (2010) 'Moving forward: institutional perspectives on gender and entrepreneurship', *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1), pp. 5–9. doi: 10.1108/17566261011044259.

Ahl Helene and Marlow Susan (2012) 'Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?', *Organization*, 19(5), pp. 543–562. doi: 10.1177/1350508412448695.

Ajzen, I. (1991) 'Theory of Planned Behavior', *Journal of Health Psychology*, 12(1), pp. 1–8. doi: 10.1037/t15668-000.

Aldiabat, K. M. (2018) 'Data Saturation : The Mysterious Step In Grounded Theory Method Data Saturation : The Mysterious Step In Grounded Theory Method', 23(1), pp. 245–261.

Allard-Poesi, F. and Perret, V. (2014) 'Fondements épistémologiques de la recherche', in *Méthodes de recherche en management*.

Anadón, M. (2019) 'Les méthodes mixtes : implications pour la recherche « dite » qualitative', *Recherches qualitatives*, 38(1), p. 105. doi: 10.7202/1059650ar.

ANAPEC (2006) *Le premier pas vers l ' emploi*.

ANAPEC (2008) *Programme TAEHIL*.

Anderson, A. and Starnawska, M. (2008) 'Research Practices in Entrepreneurship:

Problems of Definition, Description and Meaning’, *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(4), pp. 221–230. doi: 10.5367/000000008786208731.

Arenius, P. and Autio, E. (2006) ‘Financing of small businesses: Are Mars and Venus more alike than different?’, *Venture Capital*, 8(2), pp. 93–107. doi: 10.1080/13691060500433793.

Arenius, P. and Minniti, M. (2005) ‘and Perceptual Nascent Entrepreneurship’, *Small Business Economics*, 24(3), pp. 233–247. doi: 10.1007/s11187-005-1984-x.

Asquin, A., Condor, R. and Schmitt, C. (2011) ‘Studying entrepreneurial project : opportunities and new avenues in the field of entrepreneurship research’, *1st International Conference in Entrepreneurship, Innovation and SMEs*, 1(January), pp. 1–14.

Avenier, M.-J. and Gavard-Perret, M.-L. (2012) ‘Inscrire son projet de recherche dans un cadre épistémologique’, in *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion*.

Aveyard, H. (2007) *Doing Literature Review in health and social care*.

Ayache, M. and Dumez, H. (2012) ‘Le codage dans la recherche qualitative une nouvelle perspective ?’, *Le Libellio d’Aegis*.

Badia, B., Brunet, F. and Kertudo, P. (2013) ‘Les freins et obstacles à l’entrepreneuriat féminin’, *Recherche sociale*, 208(4), p. 7 à 57. doi: 10.3917/recsoc.208.0007.

Baker, T., Aldrich, Howard E. and Nina, L. (1997) ‘Invisible entrepreneurs : the neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA’, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 9, pp. 221–238. doi: 10.1080/08985629700000013.

BarNir, A., Hutchins, H. M. and Watson, W. E. (2011) ‘Mediation and Moderated Mediation in the Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender’, *Journal of Applied Social Psychology*, 44(2), pp. 270–297. doi: 10.1007/978-3-642-04380-2_81.

Baron, R. A. and Henry, R. A. (2011) ‘Entrepreneurship: The genesis of organizations.’, in *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol 1: Building and developing the organization.*, pp. 241–273. doi: 10.1037/12169-008.

Bates, T. (2002) 'Restricted access to markets characterizes women-owned businesses', 17, pp. 313–324.

Bellucci, A., Borisov, A. and Zazzaro, A. (2010) 'Does gender matter in bank-firm relationships? Evidence from small business lending', *Journal of Banking and Finance*. Elsevier B.V., 34(12), pp. 2968–2984. doi: 10.1016/j.jbankfin.2010.07.008.

Berahab, R. and Bouba, Z. (2017) *Egalité de genre, politiques publiques et croissance économique au Maroc*. Available at: <http://www.ghbook.ir/index.php?name=فرهنگ و رسانه های>

&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chckhashk=E D9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component.

Berger, P. L. and Luckmann, T. (1966) *THE SOCIAL CONSTRUCTION OF REALITY Peter*. doi: 10.1163/157006812X634872.

Bernard, C., Moign, C. Le and Nicolai, J. P. (2013) *L'entrepreneuriat féminin: Document d'étape, Centre d'Analyse Stratégique*. doi: 10.1787/g2611ee38a-fr.

Bhave, M. P. (1994) 'A process model of entrepreneurial venture creation', *Journal of Business Venturing*, 9(3), pp. 223–242. doi: 10.1016/0883-9026(94)90031-0.

Binkour, M. (2017) 'La promotion de l'entrepreneuriat au Maroc : rôle de l'Etat et perception des entrepreneurs', (February).

Bird, B. and Schjoedt, L. (2009) *Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future*. doi: 10.1007/978-1-4419-0443-0.

BIT (2016) *Evaluation du Développement de l'Entrepreneuriat Féminin au Maroc*.

Blackburn, R. A. and Stokes, D. (2000) 'Breaking down the barriers: Using focus groups to research small and Medium Sized Enterprises', *International Small Business Journal*, (January). doi: 10.1177/026624260001900104.

Bosma, N. et al. (2020) *Global Entrepreneurship Monitor*.

Bosma, N. and Kelley, D. (2018) *Global Entrepreneurship Monitor, Global Entrepreneurship Research Association*. Available at: <http://www.gemconsortium.org/>.

Bourguiba, M. (2007) *DE L'INTENTION A L'ACTION ENTREPRENEURIALE: APPROCHE COMPARATIVE AUPRES DE TPE FRANÇAISES ET TUNISIENNES*.

Bousslikhane, A. (2006) *ENSEIGNEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT : POUR UN REGARD PARADIGMATIQUE AUTOUR DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL*.

Brière, S. and Tremblay, M. (2017) 'L'entrepreneuriat contextualisé : quels enjeux, stratégies et modèles endogènes pour soutenir une diversité d'entrepreneurs au Nord comme au Sud?', *Revue internationale P.M.E.*

Brière, S. and Tremblay, M. (2018) 'L'entrepreneuriat contextualisé : quels enjeux, stratégies et modèles endogènes pour soutenir une diversité d'entrepreneurs au Nord comme au Sud?', *Revue internationale P.M.E.: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 30(3-4), pp. 29-35. doi: 10.7202/1042659ar.

Brindley, C. (2005) 'Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(2), pp. 144-161. doi: 10.1108/13552550510590554.

Bristor, J. M. and Fischer, E. (1993) 'Feminist Thought: Implications for Consumer Research', *Journal of Consumer Research*, 19(4), p. 518. doi: 10.1086/209320.

Brockhaus, R. H. (1982) 'The Psychology of the Entrepreneur', *Encyclopedia of entrepreneurship*.

De Bruin, A., Brush, C. G. and Welter, F. (2006) 'Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship', *Entrepreneurship Theory and practice*, 30(5), pp. 585-593. doi: 10.1111/j.1540-6520.2006.00137.x.

Bruin, A. De, Brush, C. G. and Welter, F. (2007) 'Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, (781), pp. 323-339.

Bruyat, C. (1993) *CRÉATION D'ENTREPRISE : CONTRIBUTIONS ÉPISTÉMOLOGIQue*.

Bureau international de travail (2016) *Évaluation du développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc*.

Burt, R. S. (2000) *The network structure of social capital*, *Science*.

Buscatto, M. and Marry, C. (2009) "'The glass ceiling in all its glares". The top job feminization in the 20th century', *Sociologie du Travail*, 51(2), pp. 170-182. doi:

10.1016/j.soctra.2009.03.002.

Bygrave, W. D. (2011) 'The entrepreneurial process', *New perspectives on economic development*, pp. 43–64. doi: 10.3920/978-90-8686-716-5_3.

Bygrave, W. D. and Hofer, C. W. (1991) 'Theorizing about Entrepreneurship', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), pp. 13–22. doi: 10.1177/104225879201600203.

Calás, M. B., Smircich, L. and Bourne, K. A. (2009) 'Extending the boundaries: Reframing "entrepreneurship as social change" through feminist perspectives', *Academy of Management Review*, 34(3), pp. 552–569. doi: 10.5465/AMR.2009.40633597.

Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P. and Ruiz-Navarro, J. (2016) 'The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors', *BRQ Business Research Quarterly*. ACEDE, 19(4), pp. 261–277. doi: 10.1016/j.brq.2016.03.001.

Cantillon, R. (1755) *Essai sur la nature du commerce en général*. doi: 10.4324/9781315794686.

Carter, Shaw, F. Wilson and L. (2007) 'E T & P Bank Lending : The Criteria and Processes Used by Bank Loan', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, pp. 427–445.

Carter, S. and Ram, M. (2003) 'Reassessing Portfolio Entrepreneurship', *Small Business Economics*, 21, pp. 371–380. Available at: <http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMMv17ESep7I4yNfsOLCmr1Gep7NSsq64SLCWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGrtU6wrrNKuePfgeyx9Yvf5ucA&T=P&P=AN&S=R&D=bth&K=11673115>.

CESE (2017) *Rapport Annuel*.

Chabaud, D. and Messeghem, K. (2010) 'Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation', *Revue française de gestion*, 36(206), pp. 93–112. doi: 10.3166/rfg.206.93-112.

Chabaud, D. and Sammut, S. (2016) 'L'entrepreneuriat : nouveaux champs d'analyse, nouvelles perspectives', *Revue de l'Entrepreneuriat*, 16(2), p. 7. doi: 10.3917/entre.152.0007.

Charreire, S. and Durieux, F. (2014) 'Explorer et tester : les deux voies de la recherche', in *Méthodes de recherche en management*.

Chasserio, S., Pailot, P. and Poroli, C. (2016) '4. L'entrepreneuriat est-il genré ?', *Regards croisés sur l'économie*, 19(2), p. 62. doi: 10.3917/rce.019.0062.

Choukir, J. *et al.* (2019) 'Influences of role models and gender on Saudi Arabian freshman students' entrepreneurial intention', *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. doi: 10.1108/IJGE-08-2018-0083.

Cole, A. (1946) 'An Approach To the Study of Entrepreneurship', *THE JOURNAL OF ECONOMIC HISTORY*. Centre Universitaire. doi: 10.5690/kantoh.1997.193.

Coleman, S. (2000) 'Access to capital and terms of credit: A comparison of men-and women-owned small businesses', *Journal of Small Business Management*, 38(3), pp. 37–52.

Coleman, S. (2007) 'the Profitability and Growth of Women-Owned', *Journal of Small Business Management*, 45(3), pp. 303–319. doi: DOI: 10.1111/j.1540-627X.2007.00214.x.

Coleman, S. and Robb, A. (2009) 'A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman Firm Survey data', *Small Business Economics*, 33(4), pp. 397–411. doi: 10.1007/s11187-009-9205-7.

Colin, F. (1997) 'L'induction : une notion qui brouille les circuits et envoie du bruit sur la ligne', *Communication et organisation*, (12). doi: 10.4000/communicationorganisation.2009.

Comet, C. (2011) 'Pour une théorie des processus entrepreneuriaux', *Revue Française de Socio-Économie*, 7(1), p. 13. doi: 10.3917/rfse.007.0013.

Cope, J. (2005) 'Researching entrepreneurship through phenomenological inquiry: Philosophical and methodological issues', *International Small Business Journal*, 23(2), pp. 163–189. doi: 10.1177/0266242605050511.

Cope, J., Jack, S. and Rose, M. B. (2007) 'Social Capital and Entrepreneurship: An Introduction', *International Small Business*, 25(3), pp. 213–219. doi: 10.1177/0266242607076523.

Corbin, J. and Strauss, A. (1990) 'Grounded Theory Research : Procedures , Canons ,

and Evaluative Criteria’, 13.

Coyne, I. (2018) ‘Sampling in Qualitative Research . Purposeful and Theoretical Sampling; Merging or Clear Boundaries?’, (November). doi: 10.1046/j.1365-2648.1997.t01-25-00999.x.

Creswell, J. (1998) ‘Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches’, *Health Promotion Practice*, pp. 473–475. doi: 10.1177/1524839915580941.

Dabic, M. (2012) ‘Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship An international survey’, pp. 316–336. doi: 10.1108/17566261211264172.

Davidsson, P. and Honig, B. (2003) ‘The role of social and human capital among nascent entrepreneurs’, 18, pp. 301–331. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00097-6.

Davis, M. H. *et al.* (2016) ‘DEVELOPING A NEW MEASURE OF ENTREPRENEURIAL MINDSET: RELIABILITY , VALIDITY , AND IMPLICATIONS FOR PRACTITIONERS’, 68(1), pp. 21–48.

Dawson, C. and Henley, A. (2012) ‘Gender, Risk, and Venture Creation Intentions’, *Journal of Small Business Management*, pp. 501–515. doi: 10.1111/jsbm.12080.

Denzin, N. K. and Lincoln, T. S. (1994) *Handbook of qualitative research, Thousand Oaks, CA: Sage.*

Deslauriers, J.-P. (1991) *Recherche qualitative: guide pratique.*

DeTienne, D. R. and Chandler, G. N. (2007) ‘The Role of Gender in Opportunity Identification’, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, (970), pp. 365–386.

DGI (2018) ‘Régime fiscale de l’ auto-entrepreneur’.

Diamane, M. and Koubaa, S. (2016) ‘Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat.’, *Conférence paper, 2ème Colloque international sur L’entrepreneuriat et le développement des PME dans le monde*, (December), p. 13.

Drakopoulou Dodd, S. and Patra, E. (2002) ‘National differences in entrepreneurial networking’, *Entrepreneurship and Regional Development*, 14(2), pp. 117–134. doi: 10.1080/08985620110111304.

Drucker, P. F. (1985) *Innovation and entrepreneurship practice and principles.* doi:

10.1192/bjp.112.483.211-a.

Dumez, H. (2016) *Méthodologie de la recherche qualitative: Les questions clés de la démarche compréhensive*.

Dweck, C. S. and Leggett, E. L. (1988) 'A Social-Cognitive Approach to Motivation and Personality', 95(2), pp. 256–273.

Eisenhardt, Kathleen M. (1989) 'Building Theories from Case Study Research', *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 532–550. doi: 10.5465/amr.1989.4308385.

Eisenhardt, Kathleen M (1989) 'Building Theories from Case Study Research Published by: Academy of Management Linked references are available on JSTOR for this article : Building Theories from Case Study Research', 14(4), pp. 532–550.

Emin, S. and Philippart, P. (2015) 'David Clarence McClelland La motivation de l'entrepreneur Sandrine', in *Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat et PME*. doi: 10.3917/ems.torre.2015.01.0169.

Fairlie, R. W. and Robb, A. M. (2009) 'Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey', *Small Business Economics*, 33(4), pp. 1–49. doi: 10.1007/s11187-009-9207-5.

Fayolle, A. (2004) 'À La Recherche Du Cœur De L'Entrepreneuriat: Vers Une Nouvelle Vision Du Domaine', *Revue internationale P.M.E.: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 17(1), p. 101. doi: 10.7202/1008453ar.

Fielden, S. L. and Hunt, C. M. (2011) 'Online coaching: An alternative source of social support for female entrepreneurs during venture creation', *International Small Business Journal*, 29(4), pp. 345–359. doi: 10.1177/0266242610369881.

Filion, L. J. (1997) 'Le champ de l ' entrepreneuriat: historique , évolution , tendances Résumé', *Revue Internationale PME*, 10(2), pp. 0840–0853. doi: 10.7202/1009026ar.

Filion, L. J., Borges, C. and Simard, G. (2006) 'Étude Du Processus De Création D ' Entreprises Structuré En Quatre Étapes', *HEC Montréal [Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier]*, (August), pp. 1–17.

Fischer, E. M., Reuber, A. R. and Dyke, L. S. (1993) 'A theoretical overview and

extension of research on sex, gender, and entrepreneurship’, *Journal of Business Venturing*, 8(2), pp. 151–168. doi: 10.1016/0883-9026(93)90017-Y.

Forest, Joelle *et al.* (1997) ‘Innovation et conception : Pourquoi une approche en termes de processus’, in *Deuxième Congrès International Franco-Québécois de Génie Industriel*.

Foss, L. (2010) ‘Research on entrepreneur networks: The case for a constructionist feminist theory perspective’, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1), pp. 83–102. doi: 10.1108/17566261011026565.

Gabarret, I. and Vedel, B. (2015) ‘Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale’, *La Revue des Sciences de Gestion*, 271(1), pp. 1–23. doi: 10.3917/rsg.271.0013.

Gaddefors, J. and Anderson, A. R. (2017) ‘Entrepreneursheep and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs’, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(2), pp. 267–278. doi: 10.1108/IJEBR-01-2016-0040.

Gartner, W. (1988) “‘Who is an Entrepreneur?’” Is the Wrong Question’, *Entrepreneurship as Organizing*, pp. 25–46. doi: 10.4337/9781783476947.00009.

Gartner, W. B. (1985) ‘A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation.’, *Academy of Management Review*, 10(4), pp. 696–706. doi: 10.5465/amr.1985.4279094.

Gartner, W. B. (1990) ‘What are we talking about when we talk about entrepreneurship?’, *Journal of Business Venturing*, 5(1), pp. 15–28. doi: 10.1016/0883-9026(90)90023-M.

Gartner, W. B. (2008) ‘Variations in entrepreneurship’, *Small Business Economics*, 31(4), pp. 351–361. doi: 10.1007/s11187-008-9139-5.

Gartner, W. B., Bird, B. J. and Starr, J. A. (1992) ‘Acting As If: Differentiating Organizational Behavior From Organisational Behavior’, pp. 13–32.

Giacomin, O., Janssen, F. and Guyot, J. (2016) ‘Entrepreneurs de nécessité et d ’ opportunité : quels comportements durant la phase de création ?’, (May 2018). doi: 10.3917/entre.153.0181.

- Gibb, A. and Ritchie, J. (1982) 'Understanding the process of starting small businesses', *International Small Business Journal*, 1(1), pp. 26–45. doi: 10.1177/026624268200100102.
- Giger, J.-C. (2008) 'Examen critique du caractère prédictif, causal et falsifiable de deux théories de la relation attitude-comportement : la théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié', *L'Année psychologique*, 108(01), p. 107. doi: 10.4074/s000350330800105x.
- Giordano, Y. *et al.* (2012) 'Spécifier l ' objet de la recherche To cite this version : HAL Id : halshs-00439578', pp. 47–86.
- Girod-Seville, M. and Perret, V. (2010) 'Les critères de validité en sciences des organisations : les apports du pragmatisme', in *Questions de méthodes en sciences de gestion*.
- Gislain, J.-J. (2012) 'Les origines de l'entrepreneur schumpétérien', *Revue Interventions économiques Papers*, 42(1), pp. 1–34. doi: 10.3406/rbph.1964.2507.
- Glaser, B. G. and Strauss, A. A. (2010) *La découverte de la théorie ancrée, Stratégies pour la recherche qualitative*, Armand Colin. Springer Netherlands. doi: 10.1007/s11135-017-0574-8.
- Glasziou, P. *et al.* (2001) *Systematic Review In Health Care*.
- Goetz, J. P., Borman, K. and LeCOMPTE, M. (1984) 'Ethnographic and Qualitative Research Design and Why It Doesn't Work'.
- Gohau, G. (1992) 'Esprit déductif versus esprit inductif', *Raisonner en sciences INR*. doi: 10.4267/2042/9082.
- Goksel, A. and Belgin, A. (2011) 'Gender, Business Education, Family Background and Personal Traits; a Multi-Dimensional Analysis of Their Effects on Entrepreneurial Propensity: Findings', *International Journal of Business and Social ...*, 2(13), pp. 35–49. Available at: http://www.ijbssnet.com/journals/Vol._2_No._13_Special_Issue_July_2011/5.pdf.
- Goss, D. (2005) 'Entrepreneurship and "the social": Towards a deference-emotion theory', *Human Relations*, 58(5), pp. 617–636. doi: 10.1177/0018726705055965.
- Grange, J. (2007) 'Genre et sexe : nouvelles catégories épistémologiques des sciences

humaines’, *Cahiers d’études africaines*, 47(186), pp. 371–389. doi: 10.4000/etudesafriaines.7373.

Greene, P. G. *et al.* (2003) ‘Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory’. Available at: file:///C:/Users/LENOVO/Desktop/IJBMER/GREENE.pdf.

Grégoire, D. A., Corbett, A. C. and McMullen, J. S. (2011) ‘The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Research’, *Journal of Management Studies*, 48(6), pp. 1443–1477. doi: 10.1111/j.1467-6486.2010.00922.x.

Guzman, J. and Kacperczyk, A. (Olenka) (2018) ‘Gender Gap in Entrepreneurship’, pp. 1–51.

Hamilton, E. (2014) ‘Entrepreneurial narrative identity and gender: A double epistemological shift’, *Journal of Small Business Management*, 52(4), pp. 703–712. doi: 10.1111/jsbm.12127.

Hanage, R. (Richard), Davies, M. (Mark) and Scott, J. M. (Jonathan) (2014) ‘From Intent to Exit: A Longitudinal Study of a Creative Sector Graduate Nascent Entrepreneur/Exprenneur’, (September), pp. 1–22. Available at: <http://tees.openrepository.com/tees/handle/10149/324555>.

Hayat, P. (2012) *Pour un new deal entrepreneurial: Créer des entreprises de croissance*.

HCP (2014) *Enquete nationale sur le secteur informel 2013/2014*.

HCP (2017) ‘Principaux résultats relatifs aux nouvelles thématiques couvertes par l’enquête nationale sur l’emploi’.

HCP (2018) *Les indicateurs sociaux du Maroc*. Available at: http://www.ghbook.ir/index.php?name=فرهنگ و رسانه های نوین&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chckhashk=E9D9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component.

HCP (2019a) *principales caracteristiques de la population active occupée*.

HCP (2019b) *Principaux indicateurs du marché de travail relatifs à l’activité, à l’emploi et au chômage au titre du premier trimestre 2019*.

Heath, R. and Jayachandran, S. (2017) *THE CAUSES AND CONSEQUENCES OF*

INCREASED FEMALE EDUCATION AND LABOR FORCE PARTICIPATION IN DEVELOPING COUNTRIES.

Heilman, M. E. (1983) 'Sex bias in work settings: The Lack of Fit model.', *Research in Organizational Behavior*. US: JAI Press, Inc., pp. 269–298.

Henry, C., Foss, L. and Ahl, H. (2016) 'Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches*', *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(3), pp. 217–241. doi: 10.1177/0266242614549779.

Hernandez, É. (1995) 'L ' entrepreneuriat comme processus', *Revue internationale P.M.E.*, 8(1), pp. 107–119. doi: 10.7202/1008277ar.

Hernandez, É. and Luc Marco (2006) *Entrepreneur et décision: De l'intention à l'acte*.

Hill, F. M., Leitch, C. M. and Harrison, R. T. (2006) "'Desperately seeking finance?'" The demand for finance by women-owned and -led businesses', *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 8(2), pp. 159–182. doi: 10.1080/13691060600555347.

Hjorth, D. (2012) *Handbook on organisational entrepreneurship, Handbook on Organisational Entrepreneurship*. doi: 10.4337/9781781009055.

Hlady-Rispal, M. and Jouison-Laffitte, E. (2014) 'Qualitative research methods and epistemological frameworks: A review of publication trends in entrepreneurship', *Journal of Small Business Management*, 52(4), pp. 594–614. doi: 10.1111/jsbm.12123.

Hughes, K. D. *et al.* (2012) 'Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(3), pp. 429–442. doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x.

Institut de statistique de l'UNESCO (2017) 'Réduire la pauvreté dans le monde à travers l ' enseignement primaire et secondaire universel', pp. 1–16.

Jack, S. L. and Anderson, A. R. (2002) 'The effects of embeddedness on the entrepreneurial process', 17, pp. 467–487.

Javadian, G., Gupta, A. and Knights, A. R. (2016) 'Qualitative research in entrepreneurs: Current research practices and suggestions for the future', *76th*

Annual Meeting of the Academy of Management, AOM 2016, pp. 118–123. doi: 10.5465/AMBPP.2016.137.

Jaziri, R. (2009) ‘Une vision renouvelée des paradigmes de l’entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat Raouf Jaziri To cite this version : HAL Id : hal-00829206’, *Acte du Colloque International l’Entrepreneuriat et Entreprise: Nouveaux enjeux et nouveaux défis*, pp. 0–22.

Jaziri, R. and Paturel, R. (2010) ‘Quels paradigmes sont pertinents pour la recherche sur le phénomène d’acadépreneuriat?’, in *Colloque international sur l’Entrepreneuriat : à la recherche de la performance De l’auto-entreprise à la PME partenariale.*, pp. 1–24.

Jennings, J. E. and Brush, C. G. (2013) ‘Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?’, *The academy of managements annals*, 7(1), pp. 661–713. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/19416520.2013.782190>.

Johnston, L. G. and Sabin, K. (2010) ‘Échantillonnage déterminé selon les répondants pour les populations difficiles à joindre’, 5, pp. 38–48. doi: 10.4256/mio.2010.0017.

Julien, P.-A. (2016) ‘L’agir entrepreneurial. Repenser l’action des entrepreneurs, Christophe SCHMITT . Québec, Presses de l’Université du Québec, coll. « Entrepreneuriat et PME », 2015, 146 p. ’, *Revue de l’Entrepreneuriat*, 16(2), p. 141. doi: 10.3917/entre.152.0141.

Kalafatoglu, T. and Mendoza, X. (2017) ‘The impact of gender and culture on networking and venture creation An exploratory study in Turkey and MENA region’, *Cross Cultural and Strategic Management*, 24(2), pp. 332–349. doi: 10.1108/CCSM-04-2016-0090.

Kamal, S. and Daoud, Y. (2018) ‘Entrepreneurship Ecosystem in the Middle East and North Africa (MENA)’. doi: 10.1007/978-3-319-75913-5.

Karatas-Ozkan, M. *et al.* (2014) ‘Understanding entrepreneurship: Challenging dominant perspectives and theorizing entrepreneurship through new postpositivist epistemologies’, *Journal of Small Business Management*, 52(4), pp. 589–593. doi: 10.1111/jsbm.12124.

Kelley, D. J. *et al.* (2016) ‘Women’s Entrepreneurship 2016/2017 Report Global

Entrepreneurship Monitor’.

Klyver, K. and Grant, S. (2010) ‘Gender differences in entrepreneurial networking and participation’, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), pp. 213–227. doi: 10.1108/17566261011079215.

Koellinger, P., Minniti, M. and Schade, C. (2013) ‘Gender Differences in Entrepreneurial Propensity’, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 75(2), pp. 213–234. doi: 10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x.

Krueger, N. (1993) ‘The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability’, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), pp. 5–21. doi: 10.1177/104225879301800101.

Kuhn, T. S. (1962) *The Structure of Scientific Revolutions*, *INTERNATIONAL ENCYCLOPEDIA of UNIFIED SCIENCE*. doi: 10.1525/aa.1972.74.4.02a00030.

Kuratko, D. F., Fisher, G. and Audretsch, D. B. (2020) ‘Unraveling the entrepreneurial mindset’, *Small Business Economics*. *Small Business Economics*, (June). doi: 10.1007/s11187-020-00372-6.

Langowitz, N. and Minniti, M. (2007) ‘The Entrepreneurial Propensity of Women’, *Entrepreneurship Theory and Practice*, (781), pp. 341–365. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>.

Lather, P. (1993) ‘FERTILE OBSESSION: Validity After Poststructuralism’, *Sociological Quarterly*, 34(4), pp. 673–693. doi: 10.1111/j.1533-8525.1993.tb00112.x.

Lavictoire, O. *et al.* (2005) *L ’ égalité professionnelle hommes-femmes: contrainte légale ou facteur de performance?*

Learned, K. E. (1992) ‘What Happened before the Organization? A Model of Organization Formation’, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), pp. 39–48. doi: 10.1177/104225879201700105.

Lillis, A. M. (1999) ‘A framework for the analysis of interview data from multiple field research sites’, 39(February 1998), pp. 79–105.

Lincoln and Guba (1987) ‘Lincoln Guba’.

Lopa, V. Y. N. Z. (2017) ‘Entrepreneurial intention: a study of individual, situational

and gender differences’, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2). doi: 10.1108/09574090910954864.

Lorino, P. and Tarondeau, J. C. (1997) ‘De la stratégie aux processus stratégiques’, *Revue Française de Gestion*. doi: 10.3166/RFG.160.307-328.

Lucy, M. (2004) ‘Womem, Gender and Development’, *Women, Gender and Development*.

Maes, J., Leroy, H. and Sels, L. (2014) ‘Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level’, *European Management Journal*. Elsevier Ltd, 32(5), pp. 784–794. doi: 10.1016/j.emj.2014.01.001.

Majumdar, S. and Varadarajan, D. (2013) ‘Students’ attitude towards entrepreneurship: Does gender matter in the UAE?’, *Foresight*, 15(4), pp. 278–293. doi: 10.1108/FS-03-2012-0011.

Manzani, N. El (2018) ‘Le rôle de l ’ éducation à l ’ entrepreneuriat dans le développement de la culture entrepreneuriale des étudiants universitaires : Proposition d ’ un modèle’, (December 2015).

Maroc, R. du (2004) *La Moudawana*.

Martine Hlady Rispal (2002a) ‘L ’ IDENTIFICATION DES SPÉCIFICITÉS DE LA MÉTHODE DE CAS’, in.

Martine Hlady Rispal (2002b) ‘LE POSITIONNEMENT DE LA MÉTHODE DE CAS DANS LE CADRE DES ÉTUDES QUALITATIVES Martine Hlady Rispal De Boeck Supérieur | « Perspectives marketing » ISBN 2804139506 Article disponible en ligne à l ’ adresse :’

Mataire Munyaradzi (2013) ‘WID,WAD,GAD: theories in gender and development’, *Women and development*.

Maurand-valet, A. (2010) ‘CHOIX METHODOLOGIQUES EN SCIENCES DEGESTION : POURQUOI TANT DE CHIFFRES ?’, *Crises et nouvelles problématiques de la Valeur*,.

McClelland, D. C. (1971) ‘Characteristics of successful entrepreneurs’, *Journal of Creative Behavior*, 21(3), pp. 219–233. doi: 10.1111/j.1744-6570.1971.tb02469.x.

MEF (2019a) *Rapport sur le budget axé sur les résultats tenant compte de l'aspect genre 2019*.

MEF (2019b) *Synthèse de l' édition 2019 du Rapport sur le Budget axé sur les Résultats tenant compte de l' aspect Genre*.

Melo, F. L. N. B. de, Silva, R. R. da and Tatiane Nunes Viana de Almeida (2019) 'Gender and Entrepreneurship: a comparative study between the Causation and Effectuation approaches', *brazilien business review*, pp. 273–296. doi: DOI: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2019.16.3.5>.

Messeghem, K., Boissin, J.-P. and Fayolle, A. (2016) 'Entrepreneuriat : de la théorie à la pratique', *Revue de l'Entrepreneuriat*, 11(4), p. 7. doi: 10.3917/entre.114.0007.

Meulders, D., Plasman, R. and Rycx, F. (2005) 'Les inégalités salariales de genre: Expliquer l'injustifiable ou justifier l'inexplicable', *Reflète et Perspectives de la Vie Economique*, 44(2), pp. 95–107.

Meyskens, M., Elaine Allen, I. and Brush, C. G. (2011) *Human Capital and Hybrid Ventures, Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Emerald Group Publishing Ltd. doi: 10.1108/s1074-7540(2011)0000013007.

Michel, P. (1979) 'LE PARADIGME KUHNNIEN ET LA PARAPSYCHOLOGIE', *Revue parapsychologie*.

Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994) *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*.

Minniti, M. and Nardone, C. (2007) 'Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship', *Small Business Economics*, 28(2–3), pp. 223–238. doi: 10.1007/s11187-006-9017-y.

Morris, M. H. *et al.* (2006) 'The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs', *Journal of Small Business Management*, 44(2), pp. 221–244. doi: 10.1111/j.1540-627X.2006.00165.x.

Moult, S. and Anderson, A. (2005) 'ENTERPRISING WOMEN: GENDER AND MATURITY IN NEW VENTURE CREATION AND DEVELOPMENT', *Journal of Enterprising Culture*, 13(3), pp. 255–271.

MSFFDS (2014) *Guide sur l'Intégration Transversale de l'Egalité de Genre dans les*

politiques publiques.

MSFFDS (2019) *Rapport national Beijing + 25.*

Mukamurera, J. *et al.* (2006) 'Des avancées en analyse qualitative : pour une transparence et une systématisation des pratiques', 26(1), pp. 110–138.

Mullen, M. R., Budeva, D. G. and Doney, P. M. (2009) 'A Critical Review with Recommendations', *Journal of Small Business Management*, 47(823), pp. 287–307.

Muntean, S. C. and Ozkazanc-Pan, B. (2015) 'A Gender integrative conceptualization of entrepreneurship', *New England Journal of Entrepreneurship*, 14(1), pp. 61–77. doi: 10.1108/NEJE-14-01-2011-B005.

Neergaard, H. and Ulhøi, J. P. (2007) *Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship, Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship.* doi: 10.4337/9781847204387.

North, D., Baldock, R. and Ekanem, I. (2010) 'Is there a debt finance gap relating to scottish SMEs? A demand-side perspective', *Venture Capital*, 12(3), pp. 173–192. doi: 10.1080/13691061003658670.

Omrane, A., Fayolle, A. and Zeribi-BenSlimane, O. (2015) 'Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique', *La Revue des Sciences de Gestion*, 251(5), p. 91. doi: 10.3917/rsg.251.0091.

ONISEP (2015) *filles et garçons: vaincre les inégalités.* doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.

ONU FEMMES MAGHREB (2018) *Bureau Multi-Pays pour le Maghreb: Rapport 2017-2018.*

Organisation internationale de travail (2016) *Le développement de l ' entrepreneuriat féminin.*

Orser, B. J., Riding, A. L. and Manley, K. (2006) 'Women and Venture Capital', pp. 643–665.

Ouazzani, K. El (2015) *La Dynamique Entrepreneuriale au Maroc 2015.*

Ouazzani, K. El (2018) *La dynamique entrepreneuriale au Maroc en 2017.* Available at:

https://www.researchgate.net/publication/325795912_La_dynamique_entrepreneurial

e_au_Maroc_en_2017_-_Rapport_GEM_Morocco_2017.

Ould-ahmed, P., Housni, K. and Moisseron, J. (2017) 'Les tontines au Maroc: logiques sociales, logiques économiques, logiques solidaires.'

Paillé, P. and Mucchielli, A. (2016) *L'analyse qualitative en sciences humaines, Journal of Chemical Information and Modeling*.

Patton, Q. M. (1990) 'Qualitative evaluation and research methods', p. 532.

Paturel, R. (2007) 'Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat...', *Revue internationale de psychosociologie*, XIII(31). doi: 10.3917/rips.031.0027.

Pesqueux, Y. (2015) 'De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat'.

Pirès, A. P. (1997) *Échantillonnage Et Recherche Qualitative, Échantillonnage Et Recherche Qualitative*. doi: 10.1522/030022877.

Pitt, M. M., Rosenzweig, M. R. and Hassan, M. N. (2012) 'Human capital investment and the gender division of labor in a brawn-based economy', *American Economic Review*, 102(7), pp. 3531–3560. doi: 10.1257/aer.102.7.3531.

Powell, G. N. (2011) 'The gender and leadership wars', *Organizational Dynamics*. Elsevier Inc., 40(1), pp. 1–9. doi: 10.1016/j.orgdyn.2010.10.009.

Putnam, L. L. and Banghart, S. (2017) 'Interpretive Approaches', *The International Encyclopedia of Organizational Communication*, pp. 1–17. doi: 10.1002/9781118955567.wbieoc118.

Rae, D. (2000) 'Understanding entrepreneurial learning: A question of how?', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(3), pp. 145–159. doi: 10.1108/13552550010346497.

Rae, D. and Carswell, M. (2000) 'Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences', *Education + Training*, 42(4–5), pp. 220–228. doi: 10.1108/00400910010373660.

Rathgeber, E. M. (1989) 'WID,WAD,GAD: trends in research and practice', *Development Economics*, (March), pp. 7–46. doi: 10.2307/j.ctvc4hmx.5.

Razavi, S. and Miller, C. (1995) 'From WID to GAD: conceptual shifts in the women

and development discourse’, *Occasional Paper - United Nations Research Institute for Social Development*, 1(February).

Razorback, J. R. (2013) ‘Dictionnaire des concepts philosophiques’.

Rennemo, Ø. and Åsvoll, H. (2014) ‘Abduction, deduction and induction as concepts for understanding entrepreneurial opportunities. A meta-perspective based on three views of the market process’, *Academy of Entrepreneurship Journal*, 20(2), pp. 164–188.

Reynolds, P. . *et al.* (2000) ‘Global Entrepreneurship Executive Report 2000’.

Reynolds, P. D. (2000) ‘NATIONAL PANEL STUDY OF U . S . BUSINESS STARTUPS : BACKGROUND AND METHODOLOGY’, *Databases for the Study of Entrepreneurship*.

Reynolds, P. D. *et al.* (2001) *Global entrepreneurship monitor 2001 Executive Report, Global Entrepreneurship Monitor*.

Rispal, M. H. (2002) ‘LA COLLECTE DES DONNÉES Martine Hlady Rispal De Boeck Supérieur | «Perspectives marketing» 2002 | pages 111 à 136 ISBN 2804139506 Article disponible en ligne à l ’ adresse :’

Rispal, M. H. and Jouison-Laffitte, E. (2015) ‘LA CONTRIBUTION DES MÉTHODES QUALITATIVES AU DÉVELOPPEMENT DU CHAMP DE L’ENTREPRENEURIAT Martine’, *Revue de l’Entrepreneuriat*, 14(1), pp. 15–40.

Royer, I. and Zarlowski, P. (2014) ‘Le design de recherche’, in *Méthodes de recherche en management*.

Rumelhard, G. (2005) ‘PROBLEMATISATION ET CONCEPT DE PARADIGME APPROCHE ÉPISTÉMOLOGIQUE, PSYCHOLOGIQUE, SOCIOLOGIQUE’.

Sánchez Cañizares, S. M. and Fuentes García, F. J. (2010) ‘Gender differences in entrepreneurial attitudes’, *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29(8), pp. 766–786. doi: 10.1108/02610151011089519.

Sandberg, J. (2005) ‘How do we justify knowledge produced within interpretive approaches?’, *Organizational Research Methods*, 8(1), pp. 41–68. doi: 10.1177/1094428104272000.

Saras Sarasvathy, Nicholas Dow, RAMAKRISHNA VELAMUR, S. V. (2003) ‘Three

Views of Entrepreneurial Opportunity’, pp. 141–160.

Sarasvathy, S. D. (2001) ‘Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency’, *Academy of Management Review*, 26(2), pp. 243–263. doi: 10.5465/AMR.2001.4378020.

Saubesty, C. (2006) ‘Quels apports du codage des données qualitatives ? Analyse et propositions à partir du codage de données relatives aux processus de développement des coopérations en management de projet’, *XVe Conférence Internationale de Management Stratégique, AIMS, Annecy*, pp. 1–25. Available at: <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/8-xveme-conference-de-l-aims/communications/2252-quels-apports-du-codage-des-donnees-qualitatives/download>.

Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2013) *A playbook for Research Methods*.

Savoie-zajc, L. (2007) ‘Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide ?’, pp. 99–111.

Schmitt, C. (2015a) ‘La place de l’action dans la recherche en entrepreneuriat : pour le développement d’un agir entrepreneurial’, *Projectics / Proyéctica / Projectique*, 3(15), p. 113. doi: 10.3917/proj.015.0113.

Schmitt, C. (2015b) ‘RAPPROCHER L’ENTREPRENEUR ET L’ACTION ENTREPRENEURIALE : POUR LE DÉVELOPPEMENT D’UN AGIR ENTREPRENEURIAL’, in *13e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*.

Schmitt, C. (2017) ‘Point de vue : quel paradigme pour la recherche en entrepreneuriat ?’, *Gestion 2000*, 34(5), p. 249. doi: 10.3917/g2000.345.0249.

Schmitt, C. and Bayad, M. (2008) ‘L’entrepreneuriat comme une activité à projet’, *Revue internationale de psychosociologie*, XIV(32), p. 141. doi: 10.3917/rips.032.0141.

Secrétariat Général du Gouvernement (2011) *La consitution. Édition 2011*.

Serino, L. and Buccino, G. (2019) ‘Entrepreneurial Intentions among Italian Students : The Role of Gender’, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, (June). doi: 10.6007/IJARBS/v9-i3/5801.

- Shahriar, A. Z. M. (2018) 'Gender differences in entrepreneurial propensity: Evidence from matrilineal and patriarchal societies', *Journal of Business Venturing*, 33(6), pp. 762–779. doi: 10.1016/j.jbusvent.2018.04.005.
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000) 'Note As a the Promise of Entrepreneurship', *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 217–226. doi: 10.2307/259271.
- Shapero, A. and Sokol, L. (1982) 'The Social Dimensions of Entrepreneurship', *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Sharma, L. (2018) 'Entrepreneurial intentions and perceived barriers to entrepreneurship among youth in Uttarakhand state of India: A cross-cultural investigation across genders', *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(4), pp. 243–269. doi: 10.1108/IJGE-02-2018-0009.
- Shaw, E. *et al.* (2009) 'Gender and entrepreneurial capital: Implications for firm performance', *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), pp. 25–41. doi: 10.1108/17566260910942327.
- Shaw, E. (2011) 'Toward a theory of entrepreneurship: The significance and meaning of performance and the emotion management of entrepreneurs', *Thesis*, (April), p. 319.
- Shepherd, D. A., Patzelt, H. and Haynie, J. M. (2010) 'E T & P Entrepreneurial Spirals : Culture', pp. 59–82. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00313.x.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O. and Janssen, F. (2012) 'Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(3), pp. 465–493. doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x.
- Shook, C. L., Priem, R. L. and McGee, J. E. (2003) 'Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis', *Journal of Management*, 29(3), pp. 379–399. doi: 10.1016/S0149-2063(03)00016-3.
- Simon, H. A. (1991) *The sciences of the artificial*, *Proceedings of the American Philosophical Society*. doi: 10.1016/S0898-1221(97)82941-0.
- Steiner, P. (1997) 'La théorie de l'entrepreneur chez Jean-Baptiste Say et la tradition Cantillon-Knight', *L'Actualité économique*, 73(4), pp. 611–627.

- Stevenson, H. H. (2000) 'Why entrepreneurship has won', *Coleman White Paper*, pp. 1–8. Available at: <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:WHY+ENTREPRENEURSHIP+HAS+WON#0>.
- Steyaert, C. (2007) "“Entrepreneuring” as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies', *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(6), pp. 453–477. doi: 10.1080/08985620701671759.
- Steyaert, C. and Katz, J. (2004) 'Reclaiming the space of entrepreneurship in society: Geographical, discursive and social dimensions', *Entrepreneurship and Regional Development*, 16(3), pp. 179–196. doi: 10.1080/0898562042000197135.
- Thompson, C. J., Locander, W. B. and Pollio, H. R. (1989) 'Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology', *Journal of Consumer Research*, 16(2), p. 133. doi: 10.1086/209203.
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D. and Urbano, D. (2011) 'Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview', *International Small Business Journal*, 29(2), pp. 105–118. doi: 10.1177/0266242610391930.
- Thorpe, R. *et al.* (2006) 'Immaturity: The constraining of entrepreneurship', *International Small Business Journal*, 24(3), pp. 232–252. doi: 10.1177/0266242606063431.
- Timmons, J. A. (1994) *New Venture creation*. Irwin, McG.
- Tinker, I. (1990) 'Persistent Inequalities: Women and world development', *Population and Development*. doi: 10.4324/9780203001059.
- Tounès, A. (2003) *L'intention entrepreneuriale : théories et modèles*.
- Tounès, A. (2003) *L'intention entrepreneuriale: Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*. Available at: <https://www.thomas-legrain-conseil.com/blog/wp-content/documents/entrepreneuriat/intention-entrepreneuriale.pdf>.
- Toupin, L. (1998) 'Les Courants De Pensée Féministe', *Courants De Pensée Féministe*. doi: 10.1522/cla.tol.cou.

Tuli, F. (2010) 'The Basis of Distinction Between Qualitative and Quantitative Research in Social Science: Reflection on Ontological, Epistemological and Methodological Perspectives', *Ethiop. J. Educ. & Sc.* doi: 10.1136/bmj.2.2487.628-d.

UNESCO Institute for Statistics (2018) 'One in Five Children , Adolescents and Youth is Out of School', (48), pp. 1–13.

VELMURADOVA, M. (2004) 'Épistémologies et méthodologies de la recherche en Sciences de gestion. Note de synthèse', p. 105. doi: 10.13140/2.1.2429.2648.

Venkataraman, S. (1997) 'The distinctive domain of entrepreneurship', *Advances in Entrepreneurship, Business Emergence, and Growth*, (1), pp. 119–138.

Verheul, I. and Thurik, R. (2001) 'Start-Up Capital : “ Does Gender Matter ?”', *Small Business Economics*, 16, pp. 329–345. doi: 10.1023/A:1011178629240.

Verstraete, T. (2001) 'Entrepreneuriat : modélisation du phénomène', pp. 5–24.

Verstraete, T. (2002) *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*, Editions de l'ADREG. Available at: http://web.hec.ca/airepme/images/File/Livres/adreg_1.pdf.

Verstraete, T. (2003) *P ROPOSITION D ' UN CADRE THEORIQUE POUR LA RECHERCHE EN ENTREPRENEURIAT : PhE = f [(C x S x P) ⊂ (E x O)]*.

Verstraete, T. and Fayolle, A. (2004) 'Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat', *7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, 27, p. 28.

Verstraete, T. and Fayolle, A. (2005) 'Paradigmes et entrepreneuriat', *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1), p. 33. doi: 10.3917/entre.041.0033.

Wacheux, F. (1996) *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*.

Ward, J. and Shortt, H. (2020) *Using Arts-based Research Methods: Creative Approaches for Researching Business, Organisation and Humanities*. Available at: https://books.google.co.ma/books?id=6cLLDwAAQBAJ&pg=PA66&lpg=PA66&dq=communicative+pragmatic+and+transgressive+validity&source=bl&ots=rQ-_hK2kUE&sig=ACfU3U2kiPmxUW3AcP6pmcamQij1y9rCTA&hl=fr&sa=X&ved=2ahUKEwiJmveH9NvoAhWuyYUKHZEVA3oECACQAQ#v=onepag.

Watson, J. (2002) 'Businesses : Relating Outputs to Inputs E] p', pp. 91–100.

- Watson, J. (2011) 'Networking: Gender differences and the association with firm performance', *International Small Business Journal*, 30(5), pp. 536–558. doi: 10.1177/0266242610384888.
- Welter, F. (2010) 'Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), pp. 165–184. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x.
- West, C. and Zimmerman, D. H. (1987) 'Doing gender', *Gender and society*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Williams, J. K. (2018) 'A Comprehensive Review of Seven Steps to a Comprehensive Literature Review', *The Qualitative Report*, 23(2), pp. 345–349. Available at: [https://study.sagepub.com/sites/default/files/Onwuegbuzie %26 Frels.pdf](https://study.sagepub.com/sites/default/files/Onwuegbuzie%20Frels.pdf).
- Wilson F, Kickul J and Marlino D (2007) 'Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education 1', *Entrepreneurship Theory and Practice*, (617), pp. 387–406.
- Yadav, V. and Unni, J. (2016) 'Women entrepreneurship: research review and future directions', *Journal of Global Entrepreneurship Research*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1). doi: 10.1186/s40497-016-0055-x.
- Yin, R. K. (2009) *Case Study Research: Design and Methods*, SAGE. doi: 10.1097/00005053-199102000-00025.
- Yordanova, D. I. and Tarrazon, M.-A. (2010) 'Gender Differences in Entrepreneurial Intentions: Evidence From Bulgaria', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(03), pp. 245–261. doi: 10.1142/s1084946710001543.
- Zapala, A. and Zieba, K. (2014) 'Gendered Entrepreneurship and Its Impact on Firm Innovativeness – a Literature Review', https://www.researchgate.net/publication/283090266_GENDERED_ENTREPRENEURSHIP_AND_ITS_IMPACT_ON_FIRM_INNOVATIVENESS_-_A_LITERATURE_REVIEW, (January 2014). doi: January 2014.
- Zoumba, N. B. (2018) *L ' entrepreneuriat par nécessité et par opportunité : essai de compréhension dans le contexte burkinabè*.

ANNEXES

Annexe 1 : Guide d'entretien

Je conduis une recherche dans le cadre de ma thèse de doctorat que je mène au sein de la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Fès, portant sur l'analyse du processus entrepreneurial, basée sur le genre. Dans le cadre de cette recherche, les entrepreneurs naissants et les entrepreneurs seront interrogés sur leur expérience entrepreneuriale de façon à relever les différents obstacles et opportunités rencontrés à chaque phase du processus permettant ainsi la concrétisation ou l'abandon de leur projet entrepreneurial.

L'entrevue couvre les points suivants :

- Présentation de l'entrepreneur/entrepreneur naissant
- Présentation de l'entreprise/projet
- Spécificités du processus entrepreneurial

Nous demandons l'autorisation pour enregistrer l'entretien, cela nous permettra de l'écouter attentivement afin de réaliser un compte rendu détaillé de vos points de vue. Veuillez indiquer si, à un moment quelconque de l'entretien, vous souhaitez que le dictaphone soit éteint. Toutes les réponses seront traitées dans la plus stricte confidentialité et les identités individuelles ne seront jamais révélées. J'apprécie grandement votre participation. À la fin, tous les participants recevront un résumé des résultats de la recherche. Merci d'avance pour votre aide.

I- Présentation de l'entrepreneur/entrepreneur potentiel

- 1- Nom et Prénom (facultatif)
- 2- Sexe
- 3- Age
- 4- Situation familiale
- 5- Niveau d'éducation
- 6- Expériences professionnelles et formations

II- Présentation de l'entreprise/projet d'entreprise

- 1- Pourriez-vous décrire votre entreprise ou votre projet? Date de création ?
Statut juridique ?
- 2- Vous avez des associés?
- 3- Vous exploitez l'entreprise depuis un local commercial ou chez vous?
- 4- Est-ce que vous exercez votre activité entrepreneuriale à plein temps ?

5- Votre avez des employés? Combien ?

III- Spécificités du processus entrepreneurial

1- Emergence du projet entrepreneurial: contexte et motivations

1.1 A partir de quand avez-vous songé à créer votre entreprise ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui vous a donné envie, motivé pour ce projet ?

1.2 L'idée du projet émane d'un besoin ou d'une opportunité identifiée ?

1.3 Quelles ont été les réactions de votre entourage à l'annonce de votre décision de créer votre entreprise ?

1.4 A l'époque, quelle image aviez-vous des entrepreneurs, du métier de « chef d'entreprise » ? Cette perception a-t-elle changé ?

1.5 Connaissez-vous des entrepreneurs dans votre entourage ? Des modèles d'entrepreneurs ? En quoi leur expérience vous a-t-elle inspiré ?

1.6 Aviez-vous dès le départ une idée très précise de votre projet ?

1.7 Avez-vous demandé des conseils pour démarrer votre entreprise? Si oui, auprès de qui ?

1.8 Vous aviez confiance en vous, en vos capacités ? Vous n'aviez pas eu peur d'échouer ?

1.9 Quelles sont vos qualités (personnelles, interpersonnelles et autres) que vous jugez être utiles dans votre expérience entrepreneuriale ? Expliquez ?

1.10 Connaissez-vous des initiatives qui font la promotion de l'entrepreneuriat ? Vous ont-ils aidé à faire le pas ? Comment ?

2- Préparation et passage à l'acte

2.1 A quel moment vous vous êtes réellement décidé de passer à l'acte ?

2.2 Pouvez-vous décrire la façon dont vous avez procédé une fois que votre décision de créer une entreprise a été prise ?

2.3 Auprès de qui avez-vous cherché des informations, des conseils ?

2.4 Est-ce que l'environnement vous semblait favorable/défavorable à la réussite d'un projet de création d'entreprise ?

2.5 Comment trouvez-vous la démarche de création d'entreprise? (démarche administrative, aide financière,...)

2.6 Accès au capital social :

- Êtes-vous membre d'un réseau d'entrepreneurs ? L'accès était facile ?
- Le réseautage était bénéfique pour votre projet ? En quoi ?
- Vous avez ou aviez un mentor ? Avez-vous profité d'un accompagnement entrepreneurial ?

2.7 Accès au capital financier :

- Quelles sources de financement avez-vous utilisées lors du lancement de votre projet ?
- Si vous avez eu accès à un financement externe, avez-vous dû répondre à des critères spécifiques pour pouvoir prétendre à ce financement?
- Si vous n'aviez pas accès à des financements extérieurs, quelles en étaient les raisons?
- Avez-vous envisagé différentes méthodes pour obtenir du capital?
- Avez-vous été satisfait du montant du capital initial ?

3- Création de l'entreprise et lancement de l'activité

3.1 Avez-vous pu concrétiser votre projet ? Comment ?

3.2 Quel sentiment aviez-vous ressenti après la concrétisation de votre projet ?

3.3 Etes-vous satisfaite de son état d'avancement ?

3.4 Comment avez-vous géré l'incertitude lors du processus de création de votre entreprise ?

3.5 Financièrement, quelle est votre situation actuelle ?

3.6 Avez-vous le sentiment que vos rapports avec votre conjoint (famille) ont évolué depuis que vous êtes impliquée dans ce projet de création d'entreprise ? En quoi ? Et avec vos enfants?

3.7 Qu'est-ce qui vous a le plus aidé dans l'élaboration et la mise en œuvre de votre projet ? Au contraire, qu'est-ce qui vous a le plus freiné ?

3.8 Aviez-vous une vision du processus de création de votre entreprise ? Cette vision correspondait-elle à la réalité?

3.9 Comment avez-vous démarré la création de votre entreprise (seul, avec un conjoint, parents, amis, collègues...)?

3.10 Avez-vous rencontré des discriminations à cause de votre sexe ?

3.11 Que pensez-vous de l'écart du genre et l'écart intention-acte en entrepreneuriat ?

Y a-t-il autre chose que vous voudriez ajouter?

Annexe 2 : Caractéristiques de l'échantillon

Cas caractéristiques	E.1	E.2	E.3	E.4	E.5	E.6	E.7	E.8	E.9	E.10	E.11	E.12	E.13	E.14	E.15	E.16	E.17	E.18	E.19
Caractéristiques de l'entrepreneur																			
Motivation	Nécessité	Nécessité	Nécessité	Opportunité	Opportunité	Opportunité	Opportunité	Opportunité	Opportunité	Nécessité	Nécessité	Oportunité	Opportunité	Nécessité	Nécessité	Nécessité	Nécessité	Nécessité	Nécessité
Sexe	F	F	F	F	F	F	F	F	F	M	M	M	M	F	F	F	F	M	M
Age	49	42	25	36	34	40	28	33	26	21	28	31	33	28	30	29	27	27	25
situation familiale	Mariée	Mariée	Célibataire	Divorcée	Mariée	Mariée	Célibataire	Célibataire	Mariée	Célibataire	Célibataire	célibataire	Marié	Célibataire	Mariée	Mariée	célibataire	Célibataire	Célibataire
nombre d'enfants	4	3	-	-	2	4	-	-	2	-	-	-	2	-	1	1	-	-	-
Education	Brevet	Brevet	Master	Master	Master	Licence	Master	Master	Master	Bac	Bac + 2	Doctorat	Doctorat	Licence	Bac + 2	Master	Doctorante	Master	Master
Profession antérieure	-	-	-	Directrice de sécurité	Responsable recrutement	Educatrice	Comptable	formatrice freelance	téléconseillère	Assistant réalisateur	Agent de maintenance industrielle	Enseignant	Enseignant	-	Infographiste	responsable logistique	édactrice we	Chargé de projet	revendeur
Caractéristiques de l'entreprise/projet																			
Type d'activité	couture	Formation/ cuisine/ pâtisserie	conception/ fabrication/ vente de vêtements	Consulting/ Audit/ Formation	Décoration florale et conception de cadeaux	Travaux d'agencement	Espace de Coworking	Conseil/ formation en efficacité commerciale	Couveuse d'entreprises	Animation événementielle	Animation et communication	Assurance	Conseil et supervision comptable	Haute couture/ vente en ligne	Foulards et tennues traditionnelles	organisation d'événement	Espace de coworking	Boite de production audio visuelle	Cosmétique
formalité	Informelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle	en cours	En cours	Formelle	Formelle	Formelle	Formelle
Statut juridique	-	Association	SARL	SARL	SARL	SARL	SARL	SARL	SARL	Auto-entrepreneur	Auto-entrepreneur	SARL	SARL	-	-	auto-entrepreneur	auto-entrepreneur/ personne physique	SARL	Personne physique
Date de création	-	-	15-août-18	janv-19	mars-16	2018	21-juin-17	oct-18	juil-19	X-2018	2017	févr-18	15/08/2019	-	-	juil-18	Fevrier-2020	mars-17	mars-19
nombre d'employés	-	-	8	-	2	2	2	-	7	10	10	2	-	3	2	1	30-40	4	-
Entretien																			
Date de l'entretien	27/10/2019	27/10/2019	27/10/2019	27/10/2019	27/10/2019	27/10/2019	28/10/2019	28/10/2019	28/10/2019	29/10/2019	30/10/2019	30/10/2019	30/10/2019	31/10/2019	12/06/2020	15/06/2020	18/06/2020	18/06/2020	13/07/2020
Durée de l'entretien	00.09.22	00.32.40	00.41.24	00.30.54	00.24.56	00.21.24	00.50.57	00.20.20	00.28.23	00.29.25	00.24.11	00.14.47	00.28.47	00.33.27	1:10:17	0:27:17	1:30:03	1:40:42	00:50:45
Initiales	DF	AS	FK	BI	ZS	KF	EC	LI	LN	BY	ZA	IS	MM	AF	BA	KS	EK	EF	HR
Local commercial	oui	oui	oui	non	oui	Oui	oui	non	oui	non	oui	oui	oui	oui	oui (atelier pour la prod)	Non	oui	oui	oui
Temps alloué à l'activité entrepreneuriale	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Plein temps	Partiel	Partiel	plein temps	Plein temps	Plein temps	plein temps	plein temps	Plein temps

Annexe 3 : Arbre thématique

	Thèmes	Catégories	Sous-catégories
Processus entrepreneurial	INDIVIDU	Être ou ne pas être passionné par l'activité	S'intéresser à l'activité/ l'entrepreneuriat depuis un jeune âge
			Aimer l'entrepreneuriat ou l'activité exercée
			Mon projet c'est mon bébé
			S'investir davantage dans le projet
			Avoir été un entrepreneur amateur
			Exceller dans le domaine
		Motivation	Le projet est né d'une opportunité
			répondre à un besoin
			Besoin d'indépendance (Etre son propre patron)
			Insatisfaction dans l'emploi salarié/contre le salariat
			Besoin de s'enrichir
			Contribuer au développement du pays
			Laisser une touche/ un héritage
			Enfance difficile
			Surmonter une situation difficile/Précarité/subvenir aux besoins
			Incapacité de terminer les études
			Concilier la vie familiale et professionnelle
			Maitrise du domaine
			créer de la valeur ajoutée/ avoir une renommée
		Attitudes/Aptitudes entrepreneuriales	Confiance en soi
			Patience/motivation
			Capacité à surmonter les moments d'incertitude
			Sens de gestion
			L'humilité
			Etre digne de confiance/ avoir un sens de responsabilité
			multitâche
			Persévérance/ Résilience
			Curiosité
			Ambition
			Esprit de challenge/Courage
			Une prise de risque contrôlée/mesurable
			Esprit du relationnel
			Esprit de solidarité
			Se ressourcer
			Détermination
			Conviction
Dissocier le personnel et le professionnel			
avis des entrepreneurs sur les qualités nécessaires à l'activité entrepreneuriale			

Perception des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat	perception avant de s'engager dans le processus entrepreneurial
	Changement ou pas de la perception après l'expérience entrepreneuriale
Compétences acquises au cours de l'expérience entrepreneuriale	développement personnel
	découverte et apprentissage continu
Avoir un "Role Model"	Etre inspiré par un entrepreneur
	pas de modèle particulier
S'imposer face à la réaction de l'entourage	S'imposer face au refus du conjoint
	assumer ses choix et les imposer à la famille
Etre ou ne pas être satisfait de l'expérience entrepreneuriale	Epanouissement dans l'activité ou l'entrepreneuriat
	Avantages de l'expérience entrepreneuriale
Avoir ou ne pas avoir une vision de croissance pour le projet/entreprise	Importation de matière première
	Avoir envie de développer le projet
	Avoir envie de toucher une plus grande clientèle
	Avoir envie de rencontrer de nouvelles opportunités
	lancement dans de nouveaux projets
	Rêver d'Obtenir une renommée nationale
Avoir ou ne pas avoir un esprit d'innovation	Offrir de nouveaux produits/services
	une touche personnelle
	Idee de projet Innovante
Avoir ou ne pas avoir réalisé une démarche pour formaliser son projet	Le passage à l'acte
	Envie de passer à l'acte de création
	Formalisation en cours
	formalisation effective du projet
	Opter pour le statut d'auto-entrepreneur
Expériences professionnelles	du salariat à l'entrepreneuriat
	Aide dans le lancement du projet
formation académique et entrepreneuriat	théorie vs terrain
	permet de développer son esprit entrepreneurial
	Elaboration du BP
	activités para universitaires
	Adéquation terrain théorie
Compétitions entrepreneuriales nationales et internationales	participation aux clubs d'entrepreneurs
	Participation aux Compétitions
Sexe de l'entrepreneur	être une femme entrepreneure
	être un homme entrepreneur
	avoir des filles dans l'équipe

Environnement		Etre femme associé à un homme/époux	
		Age de l'entrepreneur	Etre jeune fille et entrepreneure
			sous-estime
		La peur de l'échec	la peur de l'échec est humaine, permanente et omniprésente
			Surmonter LA PEUR DE l'échec
			vivre une dépression
			vivre des échecs
		Profiter des mauvaises surprises	
	A ou n'a pas eu le soutien du conjoint/des parents	Refus du conjoint de l'activité entrepreneuriale	
		Accord/ encouragement du conjoint (te) pour l'exercice de l'activité entrepreneuriale	
		soutien financier	
		Soutien dans la procédure de création	
		Garde des enfants et autres	
		soutien du Père et ou de la mère	
		Production	
		Soutien des amis	
		soutien de l'entourage indispensable	
	Etre issu ou pas d'une famille d'entrepreneurs	Avoir des entrepreneurs dans la famille	
		Avoir des parents salariés	
Réaction de la famille (parents, frères et sœurs et enfants) face à la décision d'entreprendre	contre la décision d'entreprendre		
	Réaction positive		
	réaction après le développement de l'activité		
	une maman inspirée et satisfaite		
soutien ou pas des collaborateurs	manque de compétences et d'engagement		
	sous-traitance		
A ou n'a pas eu le soutien de ses clients	Etre ou ne pas être encourager par ses clients		
	Premier client EX ENTREPRISE		
	satisfaction client		
	échos positifs		
Accès aux réseaux	Connaissance d'un entrepreneur		
	Faire parti d'un réseau formel d'entrepreneurs		
	réseau d'entrepreneures femmes		
	Un capital indispensable/Primordial/crucial		
structures de soutien de formation et d'accompagnement	Contribuent au développement de l'activité entrepreneuriale		
	Besoin d'accompagnement		
	ne contribuent pas au développement du projet et de l'entrepreneur		
Accès au financement	n'a pas besoin de financement externes		
	se débrouiller seul pour démarrer		

			Capitaux propres
			Crédits bancaires
			Love Money
			centres d'incubation
			Organismes internationaux
			Partenariat
			Besoins en financement actuels et futurs
			PROGRAMME INTELAKA
			Blocage
		Avoir ou ne pas avoir été trahi par son entourage	Avoir été déçu par ses fournisseurs
			Dissocier le personnel et le professionnel
		Administrations publiques	Encourage l'activité entrepreneuriale
			Freine l'activité entrepreneuriale
			délégation de la procédure juridique et administrative
			Démarche de création lente
			Complication dans l'accès au financement (INDH)
			Beaucoup de paperasse
			création dans les normes
			Lourdeur administrative
			abandonner/ lâcher
			ne cernent pas toutes les activités
			Une fiscalité chère
			Procédure pas très claire
		Culture et entrepreneuriat	Influence négative sur l'entrepreneuriat
			Influence positivement l'entrepreneuriat
			spécificités de la culture marocaine selon les entrepreneurs
		Accompagnement	Accompagnement à la création juridique
			accompagnement moral de l'entrepreneur
			absence d'accompagnement
			soutien de la famille
			Pas de besoin
			Accompagnement à distance
			Mentoring
		Perception de l'écosystème entrepreneurial marocain	En émergence
			Manque de collaboration/environnement défavorable
			recommandations
			Absence de cohérence
			handicapant
			profiter des défaillances de cet écosystème
			terrain vierge
			grand manque d'information
		Projet	Nature de l'activité
projet à vocation sociale			
	Conseil et Formation		

			une activité en fluctuation
			Adéquation projet et profil de l'entrepreneur
			activité nouvelle
		Tester son projet occasionnellement	tester l'activité avant de se lancer dans le secteur
			Avancer doucement mais sûrement
			Commencer petit
			Tenter plusieurs idées de projets avant de trouver la bonne
			Trouver des clients potentiels avant le lancement
		Etat d'avancement du projet	sentiment d'insatisfaction
			satisfaction
			Rêve non encore réalisé
			Contraintes spécifiques à la nature de l'activité

Annexe 4 : Extrait du tableau de codage

Références	Unités de sens	Sous-catégories	Catégories	Thèmes
E.1/DF/F	Quand j'étais étudiante, et quand le professeur s'absente je me dirige vers un club en face du collège qui fait les métiers de l'artisanat. c'est comme ça que j'ai appris [la couture].	S'intéresser à l'activité/ l'entrepreneuriat depuis un jeune âge	Être ou ne pas être passionné par l'activité	Individu
E.3/FK/F	Le design est un rêve d'enfance, et en plus depuis toujours j'étais intéressée par la création de valeur et par l'entrepreneuriat social.			
E.8/LI/F	Depuis mon jeune âge je me voyais toujours en directrice, en chef d'entreprise.			
E.5/ZS/F	En fait moi depuis mon jeune âge j'ai toujours fait du commerce, j'ai vendu des bijoux, quand j'étais étudiante je vendais des bijoux à mes connaissances.			
E.6/KF/F	J'avais toujours l'intention de devenir entrepreneure depuis le terminal			
E.7/MC/F	Depuis que j'étais au collège je répétais ça pendant les vacances avec la famille. Moi à 26 ans je serai dans mon entreprise.			
E.8/LI/F	J'avais toujours eu l'idée de créer ma propre boîte			
E.9/LN/F	Depuis que j'ai eu mon bac j'ai commencé à m'intéresser justement à l'entrepreneuriat, au début je n'ai pas pensé entrepreneuriat, mais j'ai pensé à trouver d'autres moyens pour financer mes études, pour pouvoir générer du revenu sans avoir besoin d'être salarié à plein temps.			
E.10/BY/M	À l'âge de 12 ans 13 ans j'ai commencé cette carrière. .			
E.14/AF/F	Donc quand j'ai commencé à grandir à l'âge de 18 ans 19 ans avec une situation familiale un peu difficile, je ne pouvais plus demander l'argent à ma mère, c'est là ou j'ai commencé à faire de l'entrepreneuriat.			
E.15/BA/F	Étant donné que mes parents travaillent dans le même secteur d'activité, mon père est modéliste et ma mère est couturière et moi depuis mon enfance j'étais passionné pas le dessin, j'adore créer des modèles...			
E.15/BA/F	Je n'avais pas cet esprit commercial, par contre je dessinais des modèles et je faisais porter mes créations à mes poupées depuis mon très jeune âge.			

E.16/SS/F	Depuis que j'étais petite c'était une inspiration. Je faisais de la peinture, de la danse, des ateliers de création, des petites décorations et tout. Enfin c'était moi quand j'étais petite. Après quand j'ai grandi je me suis dit c'est un peu la même chose. La création la décoration, tu as une touche personnelle dans tout ce que tu fais.		
E.17/KE/F	La fibre entrepreneuriale je pense que je l'avais depuis mon enfance		
E.18/FE/M	lors de mon enfance j'ai vendu des abricots. Avec la famille on se réunissait chaque dimanche. Donc moi et mes cousins profitent pour acheter beaucoup de friandises et on vendait à la famille au double et les bénéfices qu'on récolte on achète des pommes de terres pour préparer des chips le dimanche d'après et les revendre à la famille .a l'époque j'avais 8 ans 9ans.		
E.19/HR/M	Mais ma vraie expérience c'est quand j'étais jeune j'ai vendu du persil, alors que je n'avais que 15 ans 16 ans.		
E.9/LN/F	comme j'étais étudiante au même temps, je commençais à faire des petits business, au début je faisais du e-commerce, j'importais des trucs de l'étranger je les revendais ici au Maroc via le digital, Facebook, WhatsApp je créais des groupes etc. et après j'ai commencé, comme il y avait d'autres personnes de mon entourage qui étaient intéressés de commercialiser via les réseaux sociaux, donc j'ai commencé à rendre des services de community management, création de page etc.	Avoir été un entrepreneur amateur	
E.14/AF/F	Au début j'avais un autre projet, tima's accessories, je faisais l'importation des bijoux		
E.19/HR/M	Mais ma vraie expérience c'est quand j'étais jeune j'ai vendu du persil, alors que je n'avais que 15 ans 16 ans. Quand j'ai été à la fac également j'ai travaillé comme serveur, j'avais toujours des petits emplois pour gagner ma vie.		
E.10/BY/M	Ma passion était l'animation, donc après le bac je voulais faire une formation en journalisme mais c'est coûteux, c'était impossible, j'ai décidé de passer le concours de l'ISADAC, je faisais déjà du théâtre, nous avons passé le concours, sur 7000 candidats ils devaient retenir 20. J'étais classé 3ème. J'ai passé plusieurs épreuves.	Exceller dans le domaine	

E.8/LI/F	Alors pour un cabinet de conseil, comme je vous ai expliqué, moi j'exerce en France et au Maroc, quand je me suis lancé au Maroc dans le conseil et la formation en efficacité commerciale, c'est parce que je sais qu'en cette discipline il y a beaucoup de déficit, quand je rencontre des directeurs, il y'en a beaucoup qui se plaignent justement du potentiel et des compétences des commerciaux. Et donc se lancer dans ce créneau était nettement avantageux ce qui a permis aussi de transposer cette idée au Maroc, parce que je sais que le manque existe aussi au Maroc.	Le projet est né d'une opportunité	Motivation	
E.6/KF/F	La contrainte du temps, à cause de mes enfants j'avais le besoin de créer mon propre projet pour avoir plus de liberté. J'avais une bonne expérience dans le secteur industriel et j'avais l'opportunité de ne pas avoir de concurrents, j'avais le portefeuille client fournisseur technique. Le secteur était vierge à El Jadida.			
E.4/BI/F	Je le faisais dans les entreprises ou je travaillais avant, parce que le domaine est nouveau au Maroc, ça a commencé dans les années 2000 en 2010, à chaque fois ou j'étais nouvellement recrutée je commence à fonder le système de management de santé sécurité au travail, et là c'est un travail de consulting ce n'est pas un travail de quelqu'un qui vient de commencer son travail.			
E.7/MC/F	Donc j'assistais à ces événements et j'ai fait beaucoup de recherche sur ce concept, et il y a longtemps je voyais que dans 2 ans 3 ans ce concept il va se développer je me suis dit écoute c'est une opportunité et c'est un besoin, pourquoi parce que moi-même j'étais entrepreneur et quand j'ai commencé à préparer mon projet mon BM etc. je ne trouvais pas où travailler, généralement c'était dans un café ou bien une bibliothèque et là il y a pas d'évolution.			
E.12/IS/M	l'idée de la création d'une agence d'assurance est venu sur une réflexion qui a mûri au fur et à mesure du temps, c'était dans un premier temps créer l'entreprise dans un métier de services, soit dans le conseil soit dans l'accompagnement et l'opportunité s'est présenté de pouvoir passer un concours pour pouvoir avoir un agrément, chose que j'ai fait et de fil en aiguille je me suis retrouvée dans ce domaine.			

E.14/AF/F	<p>La première fois était quand j'avais besoin d'un produit que je n'ai pas trouvé sur le marché, je voulais avoir un style de Abaya que je n'ai pas trouvé au Maroc, donc il n'y avait aucun produit qui répondait à mon besoin c'est comme ça que j'ai eu cette idée, je me suis dit tant que moi j'ai ce besoin, il y a sûrement une autre personne, deux et 10 qui ont le même. Donc c'était à moi de prendre l'initiative et répondre à leurs besoins. Et je me suis lancé dans le projet.</p> <p>douc Abayti a vu le jour pour répondre au besoin de personne qui souhaitaient avoir une Abaya avec une touche moderne ou traditionnelle.</p>			
E.17/KE/F	<p>L'idée est venue du fait qu'on avait du mal à trouver un espace ou travailler sur Fès. On était obligé d'aller sur des cafés ou des stations de service ou l'ambiance n'est pas favorable, sois c'est un espace fumeur avec beaucoup d'odeur de cigarette et de dérangement. Soit il y a le bruit, soit la diffusion des matchs de football.</p> <p>Les prises n'étaient pas à disponibilité, parfois les chaises ne sont pas confortables parfois c'est des petits détails mais ça compte. Donc nous on voulait avoir un espace dédié au travail, non fumeur avec une bonne connexion. C'est comme ça qu'on a pensé à créer cet endroit parce que le besoin y est.</p>	répondre à un besoin		
E.8/LI/F	En fait depuis toujours j'étais orienté vers l'indépendance.			
E.7/MC/F	Mais toujours le rêve qui m'accompagne, depuis toujours je cherche l'indépendance, je déteste la hiérarchie, je suis souvent dans le contact avec les gens, j'adore partager, j'adore créer, et j'adore donner ma valeur ajoutée et laisser mon impact, alors ça je ne pouvais pas le faire en salariat.			
E.4/BI/F	C'est pour l'indépendance.			
E.12/IS/M	L'indépendance, en fait certes ma passion est celle de donner des cours, mais j'ai toujours voulu avoir ma propre activité commerciale.	Besoin d'indépendance (Etre son propre patron)		
E.14/AF/F	Moi je n'ai pas terminé mes études parce que je ne me vois pas travailler chez quelqu'un, lui il va s'enrichir et moi je resterai toujours salarié, lui il va se développer et toi tu seras toujours salarié. Moi depuis le début j'étais contre de travailler chez quelqu'un qui va me donner des ordres.			

E.5/ZS/F	Et déjà le cadre de l'entreprise ou je travaillais, ne me plaisais plus. mais après il y a un truc, quand tu passe 5 ans dans une entreprise tu n'évolue pas , tu ne change pas de poste, ça t'arrive que de répéter les mêmes tâches ce qui n'est pas intéressant coté connaissance, j'ai tenté d'évoluer ça n'a pas marché, depuis la 4ème année j'ai commencé à chercher un autre poste, j'étais dans le recrutement et je cherchais à travailler en tant que commerciale dans cette entreprise, et j'ai pas eu de retour c'est leur droit, et après j'ai pensé à faire un truc qui me plaisais.			
E.6/KF/F	J'avais toujours l'intention de devenir entrepreneure depuis le terminal, je n'avais pas l'idée de travailler comme salarié j'ai résisté pendant deux ans rien que pour avoir l'expérience.			
E.7/MC/F	Le salariat, tu subis de la hiérarchie, tu dois t'impliquer, tu rentres à 8h, tu touches un salaire et c'est tout. Il n'y a pas d'évolution, pas de créativité, tes ambitions sont limitées.			
E.9/LN/F	et c'est comme ça que ça a commencé et j'ai découvert que , parce que avant j'étais aussi dans les centres d'appels, et j'ai testé le salariat et c'était pas évident en étant étudiante au même temps, alors je me suis dit ça c'est quelque chose que je veux faire, je ne veux pas être salarié, je veux entreprendre pour pouvoir avoir cette liberté, pour pouvoir grandir pour pouvoir rencontrer d'autres personnes, pour pouvoir me développer[...] Surtout que après que j'ai eu mon Master je suis revenu au salariat, et c'était le véritable emploi, j'étais chef de projet à plein temps et par la suite l'entreprise dans laquelle je travaillais à eu des difficultés financière. Et donc là c'étais un deuxième déclic pour penser sérieusement à l'entrepreneuriat.	Insatisfactio n dans l'emploi salarié/contr e le salariat		
E.12/IS/M	Le salariat ne m'a jamais interpellé, j'ai travaillé pendant 3 ou 4 ans dans une entreprise internationale en France, et en rentrant j'ai trouvé que ce n'était pas le cadre dont je voulais évoluer. Avoir une certaine hiérarchie, avoir un certain temps bien établie, organisé selon une routine quotidienne n'était pas dans mes cordes.			
E.15/BA/F	j'ai uniquement passé des stages dans la société de com de mon mari mais je ne me sentais pas à l'aise, travailler dans un bureau seule pendant des heures fixes, moi j'ai une grande énergie j'aime innover je déteste les tâches Routinières.			

E..16/SS/F	L'idée était là mais quel projet je ne savais pas. Je me disais un jour je ne vais pas rester salariée. Je n'aimais pas ça parce que je suis très active pour rester dans un bureau ce n'était pas possible. déjà j'avais un problème dans la société ou je travaillais, on me retrouve jamais au bureau. Je ne peux pas rester clouée dans un bureau. ce n'était pas possible.			
E.14/AF/F	Moi je n'ai pas terminé mes études parce que je ne me vois pas travailler chez quelqu'un, lui il va s'enrichir et moi je resterai toujours salarié, lui il va se développer et toi tu seras toujours salarié. Moi depuis le début j'étais contre de travailler chez quelqu'un qui va me donner des ordres.[...] Je ne veux pas grandir et mourir et quand quelqu'un demandera ce que je faisais ils diront salarié dans une entreprise.			
E.15/BA/F	Moi je travaillais avec mon mari, lors de mes études, j''étais au même temps en stage chez lui. Les mois de stage que je passais chez lui dans la société étaient très ennuyeux. Je passais un mois très ennuyeux des taches répétitives, ça ne correspondais pas à ce que j'aime faire. Du jour au lendemain j'ai décidé de basculer et changer de carrière.			
E.17/KE/F	J'ai vu qu'en salariat, il y a pas mal de choses qu'on ressent peu être pas tous les salariés mais ceux intéressé par l'entrepreneuriat on se sent un peu emprisonné par le salarié. Et ce sentiment je ne l'avais pas compris au début, j'ai eu du mal à être sous la direction de personnes qui imposent des règles qui au moindre petite faute il y avait une sanction. cela ne m'allait pas du tout.			
E.17/KE/F	<p>Et après c'est le fait d'avoir travaillé dans un cabinet, c'est beaucoup plus réduit, tu es en un contact direct avec ton supérieur qui est en même temps le propriétaire du cabinet. Il y avait bcp plus de choses à gérer. il y avait un peu de l'abus par rapport aux horaires de travail par rapport à la quantité et aux taches à faire et à exécuter. c'est ce qui m'a fait un peu réfléchir je me suis dit je ne suis pas du tout faite pour le salariat, pour être sous les ordres de quelqu'un qui parfois abuse de ton poste et de ta situation en tant que salarié chez lui. C'était le déclic.</p> <p>Une fois j'ai démissionné du cabinet je me suis dit moi et le salariat c'est terminé et on a pensé tout de suite à sauter le pas et passer à l'entrepreneuriat.</p>			
E.17/KE/F	Alors que quand j'étais au cabinet ou à Webhelp j'étais presque dégoutée de partir travailler. Le concept du lundi noir.			

E.18/FE/M	Mais le déclic c'était le salariat...j'ai commencé à revoir mes plans et après quand j'ai commencé le boulot à casa en tant que salarié. J'ai senti que je n'étais pas fait pour le salariat. Donc c'était un cumul et au même temps c'était un déclic du jour au lendemain j'ai appelé la directrice pour lui annoncer ma démission.	
E.9/LN/F	j'ai vu que c'était financièrement beaucoup plus rentable que le salariat. Et c'est comme ça que ça a commencé	Besoin de s'enrichir
E.14/AF/F	derrière Abayti il y avait également un besoin financier, ce n'est pas uniquement pour le plaisir, mais j'avais besoin d'un revenu.	
E.8/LI/F	En fait on va dire que c'est cet amour aussi pour le pays, on va dire qu'on le veuille ou pas, on reste marocain, même quand on est jeune et qu'on ne conçoit pas un retour mais à un certain moment les origines appellent. Donc pouvoir contribuer ne serait-ce qu'avec un minimum d'acquis que j'ai pu avoir à l'étranger et faire partager cette expérience c'était vraiment pour moi une motivation	Contribuer au développement du pays
E.3/FK/F	Si on remonte dans l'histoire, cet envie de devenir entrepreneur date de l'âge de 5 ans, pourquoi parce que quand j'avais cet âge notre situation familiale était un peu difficile, mon papa était au chômage, et lors de la fête de L'EID j'avais pas les moyens pour acheter des vêtements neufs, et l'argent de l'Eid que j'épargnais je demandais à mon père d'acheter de nouveaux vêtements à mon grand frère. Donc depuis cet âge je me suis dit quand je vais grandir je vais avoir une entreprise rien que pour voir cette joie à laquelle je n'ai pas eu accès et dont plusieurs enfants sont privés. Je ne voulais pas que d'autres enfants ressentent ce sentiment de manque.	Enfance difficile
E.19/HR/M	Mais ma vraie expérience c'est quand j'étais jeune j'ai vendu du persil, alors que je n'avais que 15 ans 16 ans. Quand j'ai été à la fac également j'ai travaillé comme serveur, j'avais toujours des petits emplois pour gagner ma vie.	
E.2/AS/F	Ma mère était cuisinière, après son décès j'ai voulu que son métier reste vivant, tant qu'elle m'a appris la cuisine j'ai voulu la succéder. Surtout quand mon mari était au chômage c'est moi qui prenais en charge tout le foyer . Mais c'est la mort de ma mère qui m'a le plus motivé dans ce projet.	Surmonter une situation difficile/Précarité/subvenir aux besoins

E.10/BY/M	Ma famille est en situation de précarité, ils sont incapable de subvenir à mes besoins, donc j'étais dans l'obligation de me prendre en charge.	
E.10/BY/M	J'ai très bien passé toutes les épreuves et j'étais admis. J'étais très heureux, mais pour étudier dans une autre ville, c'est énormément de charges, donc j'ai fait un calcul et je me suis rendu compte que mes moyens et les conditions familiales ne permettent pas de passer 4 ans à rabat. C'était impossible. J'ai passé une semaine et c'était juste impossible, j'ai pensé à travailler et étudier au même temps, mais à l'institut les horaires sont très difficiles. J'ai laissé tomber, et je me suis débrouillé grâce à mon réseau de faire une formation à distance. À l'époque je faisais toujours l'organisation des événements, anniversaires etc. ce n'était pas professionnel mais ça me permettait comme même de me prendre en charge et de prendre en charge ma sœur, elle est brillante dans ses études et je fais tout pour répondre à ses besoin.	
E.19/HR/M	Quand j'ai obtenu ma licence j'ai décroché un emploi mais ce n'était pas un bon travail qui me permettait de bien gagner ma vie. Donc en parallèle je commercialisais les produits Yves Rocher qui à l'époque n'étais pas disponible dans le sud du Maroc au Sahara. moi et un ami avons commencé avec un capital de 1000 dh , et on a atteint un CA de 10000 dh par jour. Mais le partenariat n'a pas durer parce que je travaillais beaucoup mais pas mon ami. J'ai donc du me retirer du projet.	
E.10/BY/M	après le baccalauréat, j'ai eu l'expérience des ADAC, je n'ai pas pu terminer à cause des problèmes financier, je ne pouvais pas étudier à rabat avec la situation de la famille. J'étais pourtant très intéressé par le journalisme, animation, et l'événementiel en général	Incapacité de terminer les études
E.5/ZS/F	là j'étais enceinte de mon deuxième enfant et depuis ce temps là, depuis que je suis tombé enceinte j'ai pensé à créer une entreprise. J'ai su qu'il n'y a personne qui va s'occuper de mon bébé, parce que je suis à El Jadida et mes parents et beaux-parents sont dans une autre ville.	Concilier la vie familiale et professionnelle
E.6/KF/F	La contrainte du temps, à cause de mes enfants j'avais le besoin de créer mon propre projet pour avoir plus de liberté.	

E.9/LN/F	je suis encore revenu au salariat (rires), pendant une période et là avec les difficultés en fait parce que je suis maman j'avais ma fille au début, et je me disais qu'il faut que je passe à l'acte donc je décide sérieusement d'entreprendre et que je me donne tous les moyens dont j'aurai besoin pour réussir en entrepreneuriat parce que j'ai plus envie d'être salariée, par ce que j'ai envie de passer de temps avec ma famille, et j'ai envie de faire quelque chose qui a vraiment de la valeur pour les autres. Et c'est comme ça que j'ai créée cette entreprise.			
E.16/SS/F	La première motivation était au cours de la grossesse, j'avais un horaire catastrophique, de 7h à 19h du soir chaque jour. Alors quand je me suis projeté à long terme avec un bébé ce n'était pas possible. Il n'y a pas une crèche qui ouvre avant 7h et il n'y a pas une crèche qui ferme après 19h. J'étais obligé de laisser tomber. Après je me suis dis bon je vais faire mon petit projet. Ça m'a pris un peu de temps pour trouver déjà le domaine qui m'inspire. Au début j'avais pleines d'idées mais après je me suis focalisé sur tout ce qui est événementiel etc.			
E.11/ZA/M	J'ai travaillé en tant que salarié et j'ai eu une bonne expérience, je maîtrise ce domaine parce que je travaillais déjà quand j'étais étudiant, et j'ai toujours fais des propositions quand j'étais salarié, en Emirates j'étais manager d'équipe, et quand je suis rentré au Maroc j'ai décidé de créer mon entreprise	Maitrise du domaine		
E.13/MM/M	déjà je suis passé par un poste d'auditeur et d'un consultant et j'étais très épanouie au niveau de ce travail j'étais très satisfait et je donnais à fonds, donc quand j'ai préparé ma thèse j'ai travaillé dans le même domaine c.à.d. la finance et la comptabilité, j'ai dis pourquoi ne pas bénéficier de la capitalisation d'expériences en terme de conseil et d'expertise comptable pour faire mon cabinet et pourquoi pas faire l'accompagnement des sociétés qui sont en besoin.			
E.19/HR/M	Après j'ai commencé à réfléchir à créer ma propre marque de produits cosmétiques. Parce que je commercialisais des produits étrangers, mais je n'avais pas de valeur ajoutée.	créer de la valeur ajoutée/ avoir une renommée		
E.2/AS/F	Je connaissais beaucoup d'entrepreneurs.			

E.3/FK/F	je suis un peu timide, donc je connais pas d'autre entrepreneurs, enfin je parlais avec une entrepreneure seaskin qui fabrique des produits à base de peau de poisson, houda de la cgem , quand j'ai besoin de quoi que ce soit je les approche.			
E.8/LI/F	Alors des modèles d'entrepreneurs oui. J'étais entouré de gens plus âgés que moi, des chefs d'entreprises, d'ailleurs j'apprenais beaucoup d'eux, et depuis mon jeune âge je me voyais toujours en directrice en chef d'entreprise. C'était des personnes avec des compétences et des intelligences multiples, ils étaient sur plusieurs onglets à la fois ils géraient plusieurs choses à la fois et voilà, ils étaient en quête de connaissance et de savoir en continue, Ils n'étaient pas des personnes qui se contentaient des acquis, parce que quand on est dans l'entrepreneuriat il faut toujours faire face à des situations, qui arrivent régulièrement à des changements de marché et voilà, on est en perpétuelle évolution.			
E.5/ZS/F	Oui il y avait deux ou 3 exemples des amis de la famille qui ont réussis. C'est des femmes qui ont collaboré avec leurs maris. C'était plus des projets de leurs maris mais quand ils ont intégré leurs femmes et ont travaillé ensemble ils ont pu développer leurs projets.			
E.5/ZS/F	Oui j'ai une amie entrepreneure aussi, elle a une société de sécurité, elle fait la vente des EPI, elle m'a orienté un petit peu. D'ailleurs c'est sa comptable à elle à qui j'ai fais recours.			
E.7/MC/F	il y a des personnes qui sont venu me voir et me disent comment tu as pu faire, comment tu arrive à convaincre tel directeur ou telle directrice générale d'une multinationale à venir faire une intervention chez toi, et ça c'était parmi les clés de réussite. Parce que j'arrivais à convaincre des personnes pour venir animer des ateliers et des conférences chez moi, et qui le font bénévolement, pour moi et pour la communauté qu'on a pu développer, et ça il ne fait que me booster et me motiver à donner plus.			

E.7/MC/F	Nahid Rachad est celle qui m'a le plus inspiré, mais cela n'empêche que j'ai côtoyé des personnes qui ont vraiment eu un grand impact sur ma vie. Lamiae benmakhoulouf la DG de Technoparc c'est une grande amie à moi, c'était parmi les premières personnes que j'ai rencontrées quand j'ai lancé officiellement l'espace, et c'était la première personne qui a accepté ma collaboration. Et ça, ça revient à la peur de réussite, parce que quand je me suis affiché en tant que partenaire avec Technoparc, les gens se disent non mais comment est-ce possible, elle vient de se lancer et déjà ... alors il y a un truc qui cloche. Elle c'est une femme qui encourage les startups qui encourage les entrepreneurs et qui a cru en un projet que je lui ai présenté et on va lancer ensemble.			
E.10/BY/M	On commence toujours à 0 et si tu as la volonté tu pourras atteindre tes objectifs, je connais plusieurs personnes dans le domaine qui ont commencé de rien et ont réussi.	Faire parti d'un réseau formel d'entrepreneurs		
E.2/AS/F	Oui je suis membre de la coopérative des entrepreneurs solidaires. CES est un réseau qui me motive.			
E.3/FK/F	je suis actuellement membre de l'AFEM, oui c'est bénéfique, l'accès a été facile.			
E.8/LI/F	je suis en collaboration avec la CGEM, CJD (Club des Jeunes Dirigeants), le réseautage est très très important. Parce qu'aujourd'hui en toute honnêteté c'est mon réseau qui travaille pour moi. C'est de la bouche à oreille, c'est des clients satisfaits qui recommandent, donc le réseau est très important.			
E.4/BI/F	je suis membre de l'AFEM, d'ailleurs j'ai rencontré un partenaire, lors d'un meeting et on a commencé à travailler ensemble.			
E.5/ZS/F	Le réseautage m'a permis plusieurs fois d'avoir des propositions de nouveaux marchés			

E.6/KF/F	<p>Je suis membre de l'Afem et l'accès est facile. En fait les associations m'ont aidé dans ces moments, tu te retrouve face à des personnes qui ont les mêmes problèmes [...] Il y a un esprit de partage. J'apprends des expériences des autres, je n'hésitais jamais à chercher l'information. Et la transparence, je suis transparente quand j'ai un problème j'appelle la société mère. Finalement mon fournisseur est devenu ma banque, au lieu de m'accorder 1 mois il m'accorde 3 mois et si j'atteins les 3 mois et que je suis incapable de payer je l'appelle et je lui dis est ce que j'arrête il m'accorde 3 mois supplémentaire. J'étais le chouchou de mes fournisseurs. Et j'ai jamais déposé de chèque de garantit. Ça peut atteindre les 600000 DH 700000dh qu'avec des bons de commande.</p>			
E.7/MC/F	<p>J'étais membre de l'AFEM, j'étais membre de al Moukawila à coté des femmes entrepreneures, ces deux organismes qui n'existent plus, enfin Afem on ne sait pas toujours le statut. Al moukawila à coté des femmes entrepreneures j'étais parmi les cofondatrices au début et AFEM parce que j'assistais toujours à leurs événements , j'étais pas adhérente officielle mais je côtoyais ces femmes je participais à leurs tables rondes, leurs formations, leurs conférences et par la suite non mais j'ai eu dernièrement une invitation d'un groupe dédié aux femmes entrepreneures (Assaham women), par contre en France je participe RESEAUQUE, et le club des jeunes dirigeants qui est mixte, on a assisté la première fois la deuxième et ils nous ont proposé si vraiment on souhaite devenir adhérents. Là j'ai fait une inscription, je ne suis pas souvent avec eux mais quand uniquement quand je vois que c'est un truc intéressant.</p>	réseau d'entrepreneures femmes		
E.16/SS/F	<p>c'était via l'association AFEM , que j'ai eu les informations sur le statut auto-entrepreneur. Parce que au début j'avais ciblé que les particuliers mais après pour les entreprises je ne pouvais pas me présenter j'avais pas de facture ni rien.</p>	Un capital indispensable/Primordial /crucial		
E.7/MC/F	<p>C'est toujours avoir la veille sur l'écosystème entrepreneurial voir ce qui se passe et toujours dans le but de développer son réseau professionnel qui aujourd'hui une obligation énorme, énorme pour les entrepreneurs au Maroc. Sachant qu'elle n'a pas le même poids dans les autres pays mais au Maroc il a vraiment un poids énorme.</p>			

E.4/BI/F	C'est pour cela que j'ai accepté, je suis allé à rabat, je me suis installée pendant 3mois, et j'ai noué des relations avec leurs clients et là je travaille avec le client directement pour tout ce qui est consulting, formation.		
E.10/BY/M	du coup lors des événements on rencontre des contacts intéressants et c'est comme ça que j'ai pu constituer une base de données clients, et on a commencé à forger une bonne réputation et image sur la ville de Settat.[...] j'ai travaillé également avec une société à casa sous la direction de Mr Yassine el ouardi il m'a également beaucoup appris.		
E.11/ZA/M	Ces concurrents proposaient des gonflables et de grands matériaux. Moi par contre moi j'étais incapable d'acheter le matériel et je le loue auprès de mon réseau à un prix très raisonnable.		
E.11/ZA/M	La base de données clients est la plus importante dans l'entrepreneuriat. Quand j'étais salarié, pendant mon congé je travaillais en freelance dans l'événementiel, et à l'époque j'ai détecté mes cibles, écoles privées, entreprises etc. le jour ou j'ai décidé de travailler à mon compte j'ai préparé un dossier, avec les prestations et la référence qui est Holcim , qui m'a également permis de rencontrer son réseau de clients. Et j'ai préparé un agenda pour commencer le démarchage		
E.12/IS/M	si j'avais demandé que ça soit fait par comptable ou un fiduciaire, ça aurait pris dans les 15à 20 jours, moi j'ai réussi à le faire dans les 8 jours. Il faut dire que j'ai des connaissances aussi dans le domaine, parce que j'ai fait mes stages dans les établissements publiques dans la régions. [...] C'est un élément primordial, que ça soit dans la vie quotidienne, que dans la vie entrepreneuriale. Un carnet d'adresse, une base de donnée, c'était des concepts qu'on nous donnait à l'université mais au fur et à mesure qu'on évolue et qu'on acquiert de l'expérience dans le domaine de l'entrepreneurial et dans le domaine commercial, on est obligé aujourd'hui d'avoir les bons tuyaux.		

E.13/MM/M	Mais bon j'ai essayé de contacté une connaissance sur casa qui m'a donné un coup de main par rapport à la création pour avoir le registre de commerce etc. [...] Je me suis dit qu'en 48h c'est le maximum mais je me suis retrouvé avec 2 mois pour la création malgré mon réseau.			
E.13/MM/M	mais aussi il reste le relationnel, le relationnel je crois est un facteur pour la réussite d'un projet. Si vous arrivez à avoir un porte feuille client à travers vos réseau je crois que le projet va réussir. (exemples) Je pense que le relationnel joue un rôle primordial pour la réussite d'un projet.			
E.15/BA/F	C'est grâce à dieu. Pour ce fournisseur par exemple, c'était une coïncidence. Un jour j'ai demandé un tissu spécifique qui n'était pas ici au Maroc et il m'a orienté vers le Mr. un jour il m'a présenté le fournisseur et j'ai trouvé le tissu que je cherchais. J'ai rencontré le Mr et quand j'ai visité le dépôt j'étais aux anges, j'ai réalisé mon rêve, des tissus de toutes les couleurs. C'est comme ça que j'ai commencé. Sincèrement cette découverte m'a encouragé davantage et m'a permis de développer le projet dans un temps record.			
E.16/SS/F	c'était via l'association AFEM , que j'ai eu les informations sur le statut auto-entrepreneur. Parce que au début j'avais ciblé que les particuliers mais après pour les entreprises je ne pouvais pas me présenter j'avais pas de facture ni rien.			
E.16/SS/F	C'est grâce au réseau (que j'ai pu intégrer l'AFEM). Alors j'ai eu une cliente qui était une copine à houda de la CGEM. Alors après il y 'avait la prospection de nouveaux membres pour l'afem début 2019. Et ils m'ont proposé, ils m'ont appelé et j'ai assisté à la séance d'introduction chez l'AFEM et c'était intéressant. Tout ce qui est accompagnement des jeunes femmes entrepreneures sur la ville la région que ça soit en milieu rural ou urbain. Donc j'ai intégré la structure.			
E.19/HR/M	Il faut aussi commencé doucement, faire preuve de patience pour réussir son projet. Et actuellement c'est un fait, tout le monde est conscient qu'au Maroc l'entrepreneuriat peut apaiser le poids du chômage. Et l'Etat encourage cet esprit. Mais il faut absolument revoir la mentalité des citoyens qui privilégient toujours le fonctionnariat.	Commencer petit	Tester son projet occasionnellement	Projet

E.15/BA/F	Si j'avais à conseiller des personnes qui viennent de se lancer en entrepreneuriat, il faut commencer petit. parce que si tu tente de commencer grand tu risque de recevoir un coup dure et ne jamais te relever.			
-----------	---	--	--	--

Table des matières

REMERCIEMENTS	4
RESUME	6
ABSTRACT.....	8
SOMMAIRE	10
INTRODUCTION GENERALE	11
I. Genre et processus entrepreneurial : Genèse de la problématique de recherche	12
II. Intérêt de la recherche	14
III. Design méthodologique et architecture de la thèse.....	17
PARTIE I : GENRE ET ENTREPRENEURIAT : REVUE DE LITTERATURE ET PROBLEMATISATION EN CONTEXTE	22
CHAPITRE 1.....	23
LECTURE PARADIGMATIQUE DU CHAMP DE L'ENTREPRENEURIAT	23
Introduction du chapitre 1	24
Section 1 : Fondements théoriques de la recherche en Entrepreneuriat	26
I. Les Précurseurs du champ de l'entrepreneuriat : Cantillon, Say et Schumpeter	26
II. La perspective humaniste en Entrepreneuriat : Apport du behaviorisme	28
1. Approche par les traits	28
2. L'approche par les faits.....	30
Section 2 : Paradigmes de recherche en entrepreneuriat	31
I. Les paradigmes dominants dans la recherche en entrepreneuriat	32
1. Le paradigme de l'opportunité.....	33
1.1 Définitions	34
1.2 L'existence, la découverte et l'exploitation des opportunités	35

2.	Le paradigme de la création d'une organisation	37
2.1	Définitions	37
2.2	Les quatre dimensions de la création d'entreprise	38
2.2.1	L'individu	38
2.2.2	L'organisation	39
2.2.3	L'environnement	39
2.2.4	Le processus	40
3.	Le paradigme de la création de valeur	41
3.1	Définitions	41
3.2	Développement du paradigme.....	42
4.	Le paradigme de l'innovation	43
4.1	Définitions	43
4.2	Développement du paradigme.....	43
II.	L'émergence de nouveaux paradigmes dans le champ de l'entrepreneuriat	44
1.	Le paradigme du projet	44
2.	De la décision à l'action entrepreneuriale : vers le développement du paradigme de l'agir entrepreneurial	46
Section 3 : Le processus entrepreneurial : une orientation dominante dans la recherche en entrepreneuriat		49
I.	Le processus entrepreneurial : un concept clé à définir	50
1.	Définition du processus.....	50
2.	Le processus entrepreneurial : définitions	52
II.	L'entrepreneuriat comme processus : Convergence des différentes approches	54
1.	Synthèse des définitions de l'entrepreneuriat	54
2.	Les différents modèles du processus entrepreneurial	57
Conclusion du chapitre 1		64

Chapitre 2.....	66
Genre et Entrepreneuriat dans la Littérature	66
Introduction du chapitre 2	67
Section 1 : Cadrage méthodologique de notre revue de la littérature	69
I. Les singularités d'une revue compréhensive de la littérature	70
1. Les types de revues de la littérature	70
2. Les étapes d'une revue compréhensive de la littérature	70
II. Les théories féministes : Un nouveau cadre théorique pour l'étude du genre et de l'entrepreneuriat	71
1. La théorie féministe libérale	72
1.1 Présentation	73
1.2 Le féminisme libéral appliqué à l'entrepreneuriat	74
2. La théorie féministe sociale/socialiste	74
2.1 Présentation	75
2.2 Le féminisme social appliqué à l'entrepreneuriat	75
III. Une approche basée sur le processus entrepreneurial: développement du modèle de Tounés (2003).....	77
1. Un modèle générique de processus entrepreneurial.....	78
2. Les différentes phases du processus entrepreneurial développées par Tounés (2003)	79
2.1 La propension entrepreneuriale	79
2.2 L'intention entrepreneuriale	80
2.3 La décision d'entreprendre	81
2.4 L'acte d'entreprendre	82
Section 2. Positionnement conceptuel du Genre.....	85
I. La construction sociale du genre.....	86
1. Le genre et le sexe.....	86

2.	Le développement de l'approche genre	87
2.1	Les approches concernant les femmes et le développement	88
2.1.1	Intégration des Femmes au Développement (IFD)	88
2.1.2	Femme et développement(FED)	89
2.1.3	Genre et Développement (GED)	90
II.	Travail, diversité et genre	91
1.	L'accès des femmes à l'éducation et au marché du travail.....	92
2.	Genre et expériences entrepreneuriales	96
2.1	Histoire de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin.....	97
2.2	Le genre et l'entrepreneuriat : quatre questions fondamentales relevées dans la littérature.....	99
2.2.1	Les femmes et les hommes ont-ils les mêmes chances de s'engager dans une activité entrepreneuriale?	100
2.2.2	Les femmes et les hommes entrepreneurs ont-ils tendance à différer dans leur accès au financement?	100
2.2.3	Les femmes et les hommes entrepreneurs ont-ils tendance à adopter des pratiques stratégiques, organisationnelles et de gestion différentes au sein de leur entreprise ?.....	101
2.2.4	Les entreprises dirigées par des femmes et celles dirigées par les hommes sont-elles aussi performantes les unes que les autres ?	101
Section 3.	Le processus entrepreneurial sous le prisme du genre	103
I.	Genre et processus entrepreneurial : éclairage de la littérature	104
II.	Genre et processus entrepreneurial : Mise en perspective	107
	Conclusion du chapitre 2	113
	Chapitre 3.....	114
	Genre et dynamique entrepreneuriale dans le contexte marocain	114
	Section 1 : Situation économique et sociale du Maroc	117

I.	Situation économique.....	117
II.	Situation sociale	121
Section 2 :	La dynamique entrepreneuriale en contexte marocain	124
I.	Spécificités de l’entrepreneuriat et de l’entrepreneur Marocain.....	126
1.	Enquête auprès de la population adulte (APS)	126
2.	Enquête auprès des Experts Nationaux (NES).....	134
II.	Le profil de l’entrepreneur Marocain.....	137
1.	L’entrepreneuriat d’opportunité vs entrepreneuriat de nécessité.....	138
2.	L’entrepreneuriat féminin vs entrepreneuriat masculin.....	140
Section 3 :	L’approche genre en contexte : pour un accès équitable à l’emploi....	142
I.	L’adoption de l’approche genre au Maroc	142
1.	Historique et évolution de l’approche genre au niveau international et national.....	143
2.	Pour une effectivité de l’égalité de genre : les réformes juridiques, réglementaires et institutionnelles au Maroc	148
II.	La participation économique des femmes: Etat des lieux des inégalités au Maroc	151
1.	Femme marocaine et accès à l’emploi	152
2.	Les programmes et actions mis en place pour un accès équitable à l’emploi	155
2.1	Les efforts déployés pour la promotion de l’emploi et de l’égalité de genre	156
2.2	Les programmes destinés à la promotion de l’emploi des femmes..	157
Conclusion du chapitre 3		160
PARTIE II :	ÉTUDE EMPIRIQUE : PERSPECTIVE GENREE DES PROCESSUS ENTREPRENEURIAUX	162
Chapitre 4 :	Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche	163

Introduction du chapitre 4.....	164
Section 1 : Fondement épistémologique de la recherche.....	165
I. L'interprétativisme pour comprendre les phénomènes en profondeur	165
1. Aperçu sur les différentes approches épistémologiques	165
1.1 Le chemin et la nature de la connaissance produite	167
1.2 Les critères de validité de la connaissance.....	168
2. L'interprétativisme comme posture épistémologique.....	170
2.1 L'interprétativisme : histoire, particularités et critères de justification des connaissances.....	171
2.1.1 Aperçu historique de l'approche interprétative	171
2.1.2 Particularités des approches interprétatives	172
2.1.3 Critères de justification des connaissances produites dans les approches interprétatives	173
2.2 L'interprétativisme pour comprendre le phénomène entrepreneurial 176	
II. Une recherche à visée exploratoire	178
1. Test ou exploration : quelle voie emprunter ?	179
2. Les voies de l'exploration.....	180
III. Un mode de raisonnement abductif	181
Section 2 : Démarche méthodologique de la recherche.....	184
I. Une approche qualitative pour aborder la dimension empirique de la recherche.....	184
1. Mener une recherche qualitative dans le champ de l'entrepreneuriat....	186
1.1 Spécificités de la recherche qualitative	187
1.2 Les méthodes qualitatives mobilisées dans la recherche en entrepreneuriat	189
2. La méthode des cas comme stratégies de recherche.....	192

II. Processus d'échantillonnage, de collecte et de traitement des données.....	194
1. Processus d'Echantillonnage	194
1.1 Types d'échantillonnages dans la recherche qualitative	195
1.1.1 Echantillonnage théorique.....	195
1.1.2 Echantillonnage ciblé/sélectif/raisonné.....	196
1.2 Critères et échantillon sélectionné.....	197
1.2.1 Critères de choix de l'échantillon.....	197
1.2.2 Echantillon Sélectionné.....	199
2. Processus de collecte et d'analyse des données	201
2.1 Collecte de données qualitatives : les techniques mobilisées	202
2.1.1 Les entretiens semi-directifs comme méthode principale de collecte de données	202
2.1.2 Les groupes de discussion (Focus group) pour initier et clore l'étude empirique	203
2.2 Design du guide d'entretien	204
2.3 Analyse des données empiriques.....	206
Conclusion du chapitre 4	211
Chapitre 5.....	212
Le processus entrepreneurial à l'épreuve du genre au Maroc	212
Introduction du chapitre 5	213
Section 1 : Les entrepreneurs en contexte.....	214
I. Variété des profils des entrepreneurs	214
1. Des entrepreneurs aux caractéristiques variées.....	215
1.1 Un échantillon varié pour cerner la diversité	215
1.1.1 L'âge des entrepreneurs	218
1.1.2 Statut de l'entreprise.....	218
1.1.3 Niveau d'éducation	220

1.1.4	Secteur d'activité.....	221
2.	Portrait sommaire des entrepreneurs.....	222
2.1	Les femmes entrepreneures de notre échantillon	222
2.2	Les hommes entrepreneurs de notre échantillon	233
II.	Des projets riches en terme d'innovation.....	238
Section 2. Le processus entrepreneurial genré : Spécificités, leviers et obstacles.		241
I.	Propension et intention entrepreneuriale : découvrir les motivations des entrepreneurs.....	241
1.	La propension des marocains à entreprendre	242
1.1	Une fibre entrepreneuriale développée très tôt dans la vie	242
1.1.1	Les jeunes entrepreneurs amateurs.....	242
1.1.2	Le jeu du commerçant	243
1.1.3	Un rêve d'enfance, une passion, puis un projet de vie.....	243
1.1.4	Au-delà de la propension, une pulsion naturelle pour l'entrepreneuriat.....	244
1.2	La propension entrepreneuriale : stimulateurs et freins	244
2.	Poussé par la nécessité et/ou motivé par l'opportunité.....	248
2.1	Entrepreneuriat de nécessité : les facteurs <i>Push</i>	256
2.2	Entrepreneuriat d'opportunité : Facteurs Pull	257
2.3	Des facteurs <i>Push</i> et <i>Pull</i> imbriqués	258
3.	Se lancer seul(e) ou avec des associé(e)s.....	260
II.	Se décider et passer à l'acte pour donner vie à son projet	264
1.	L'entrepreneur au centre du processus entrepreneurial : mobilisation du capital humain et <i>Mindset</i> entrepreneurial	264
2.	Le Capital social : nouvelle clef de voute en entrepreneuriat	269
3.	Parlons argent : la mobilisation du capital financier.....	271

4. Un esprit résilient face à de multiples obstacles : telle est la réalité de l'entrepreneuriat au Maroc.....	273
Chapitre 6 (conclusif) : Discussion et mise en perspective des résultats de la recherche.....	284
I. Discussion des résultats	288
1. Genre et entrepreneuriat : ce que vivent les femmes et ce qu'en pensent les hommes.....	288
1.1 L'influence du genre telle que perçue par les hommes entrepreneurs	288
1.2 L'influence du genre telle que perçue par les femmes entrepreneures	290
1.2.1 Les « Indifférentes ».....	290
1.2.2 Les « souffrantes »	292
1.2.3 Les « rebelles ».....	293
2. De la propension à l'acte entrepreneurial : Obstacles et leviers	296
2.1 Des facteurs socioculturels à double tranchant	297
2.2 Des profils authentiques	300
2.2.1 Entreprendre doucement mais sûrement	300
2.2.2 Développer un mental d'acier	301
2.2.3 S'entourer de bonnes personnes.....	302
2.3 Un écosystème entrepreneurial contraignant	303
II. Contributions, limites et perspectives de la recherche.....	307
1. Contributions de la recherche	307
2. Limites et perspectives.....	310
LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX	312
Liste des tableaux.....	313
Liste des figures	315

Bibliographie.....	317
ANNEXES.....	342
Table des matières.....	367