

Centre des Etudes Doctorales : Sciences Économiques et Gestion

Laboratoire de Recherche : Laboratoire Etudes et Recherche en Management des
Organisations et des Territoires (ERMOT)

Thèse pour l'obtention du Doctorat en Sciences Économiques et Gestion

Sous le thème :

**Entrepreneuriat féminin : Facteurs favorisant la création et le
développement des entreprises féminines**

Cas de la région Fès-Meknès

Présentée et soutenue publiquement par : Abir JOUAD

Sous la direction du Professeur : Mme Nada MOUFDI

Le jury de soutenance se compose de :

Pr. Abdelaaziz BADIS	P.E.S à FSJES Fès	Président
Pr. Nada MOUFDI	P.H à FSJES Fès	Directrice de thèse
Pr. Asmae BENNANI	P.H à FSJES Fès	Rapporteur
Pr. Samira BOUNID	P.H à FP Larache	Rapporteur



Dédicace

Je dédie humblement cette thèse :

A mes parents : Mohamed et El Yacout

Pour vos innombrables sacrifices, bien que je ne vous en acquitterai jamais assez...

A mes frères et ma sœur : Hassan, Adil et Samira

Pour tout votre soutien moral et financier ainsi que votre amour inconditionnel...

A mon époux : Adil

Parce que tu es mon phare indéfectible et mon meilleur confident...

A ma grande famille et mes ami(e)s :

Pour votre soutien, vos prières et votre généreuse affection...

Remerciements

Ce travail est l'aboutissement de plus de trois années de recherche. Durant cette période riche tant sur le plan académique que personnel, grand nombre de personnes ont croisé mon chemin et ont été, pour beaucoup d'entre elles, d'un apport déterminant dans la réalisation de cette recherche. Tout travail scientifique demande patience, rigueur scientifique, assiduité et persévérance. Grâce à la présence d'un certain nombre de personnes, à leurs conseils et encouragements permanents, le chemin paraît moins ardu après des moments difficiles marqués par le découragement et la désespérance. C'est pour cette raison que je suis reconnaissante à l'ensemble des personnes qui m'ont soutenu, tant sur le plan moral que scientifique, et qui m'ont aidé à traverser les moments de doute auxquels je n'ai pas échappé. Mais, la reconnaissance d'un travail achevé, sérieux et crédible est la source de toutes les satisfactions.

Merci vivement à ma directrice de thèse, Professeur **Nada MOUFDI**, pour son soutien sans cesse renouvelé lors de nos rencontres. Elle a su m'accorder sa confiance et elle ne s'est jamais démentie. Elle m'a aidé à structurer ma pensée par des questionnements constructifs. Pour la patience dont elle a fait preuve, les conseils, les connaissances et l'expérience qu'elle a partagées, pour le temps également qu'elle a su me consacrer malgré ses engagements académiques, je ne la remercierai jamais assez.

Également, j'adresse mes remerciements aux professeurs **Abdelaaziz BADIS, Asmae BENNANI, Samira BOUNID** qui ont accepté la lourde tâche d'évaluer cette recherche à une période critique où l'on connaît de très mauvaises conditions marquées par la propagation du covid 19. Je suis très honorée de leur présence dans le jury de cette thèse. Je tiens à leur exprimer mes vifs remerciements et ma reconnaissance d'avoir accepté l'invitation de ma directrice de thèse. Je remercie l'intégrité des professeurs qui m'ont apporté leur aide, leur idée et leur soutien. Ils ont fait de moi ce que je suis aujourd'hui, la reconnaissance de tout leur effort à mon égard ne pourrait jamais être remercié assez.

Je ne manquerai pas de remercier toutes les femmes entrepreneures qui ont accepté avec toute bienveillance d'apporter leur contribution à cette recherche en répondant à mon d'entretien.

Résumé

L'entrepreneuriat féminin constitue un levier stimulateur de la croissance et à la création d'emploi qui révèle l'intention des décideurs politiques, économiques et académiques. Dans cette optique, la présente thèse vise à comprendre comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise. Pour y parvenir, nous avons mené 20 entretiens semi-directifs, et ce pour une période allant du juin 2020 à novembre 2020.

En effet, notre travail s'est basé sur une panoplie de propositions de recherches élaborées à travers des allers-retours entre le cadre théorique et le cadre empirique. Dans ce sens, nous nous sommes appuyés sur l'approche multidimensionnelle (individuelle et contextuelle) et la théorie institutionnelle.

Il ressort de notre recherche quatre facteurs favorisant la création et le développement des entreprises féminines à savoir : les facteurs liés à l'entrepreneure, les facteurs liés à son contexte familial, les facteurs liés aux institutions, ainsi que les facteurs liés aux relations professionnelles. L'ensemble de ces facteurs susmentionnés sert de référence et d'exemple aux futures femmes entrepreneures, qui permettront de promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

Il résulte de notre thèse que les facteurs liés à l'entrepreneure, à son contexte familial, aux relations professionnelles ; sont des leviers pour les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès. Néanmoins, les facteurs liés aux institutions se dégagent comme des freins pour ces femmes.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, femmes entrepreneures, région Fès-Meknès, création, développement.

Abstract

Women's entrepreneurship is a lever for growth and job creation that reveals the intention of political, economic and academic decision makers. In this perspective, this thesis aims to understand how women entrepreneurs in the Fez-Meknes region manage to create and develop their entrepreneurial projects. To achieve this, we conducted 20 semi-structured interviews over a period of time from June 2020 to November 2020.

Indeed, our work was based on a range of research proposals developed through back and forth between the theoretical and empirical frameworks. In this sense, we relied on the multidimensional approach (individual and contextual) and the institutional theory.

Our research revealed four factors that promote the creation and development of women's entrepreneurial projects: factors related to the entrepreneur, factors related to her family context, factors related to institutions, and factors related to professional relationships. All of these factors serve as a reference and example for future female entrepreneurs, which will help promote female entrepreneurship.

It results from our thesis that the factors related to the entrepreneur, to her family context, to the professional relations; are levers for the women entrepreneurs of the region Fès-Meknès. Nevertheless, factors related to institutions emerge as brakes for these women.

Keywords: Female entrepreneurship, women entrepreneurs, Fez-Meknes region, creation, development.

ملخص

تشير زيادة الأعمال النسائية اهتمام صناع القرار السياسي والاقتصادي والأكاديمي، باعتبارها محركا للنمو وسوق الشغل. من هذا المنظور، تهدف أطروحتنا إلى فهم كيف تمكنت رائدات الأعمال بجهة فاس مكناس من إنشاء وتطوير المشاريع الخاصة بهن. في هذا السياق، أجريت 20 مقابلة نوعية، شبه منظمة، بين شهري يونيو و نونبر 2020.

لإجراء هذا البحث، ارتكزنا على مجموعة من مقترحات البحث، التي صيغت من خلال التنقل بالتناوب بين الإطارين النظري والتجريبي، اعتمادا على المقاربة متعددة الأبعاد (الفردية والسياقية) وكذا على النظرية المؤسسية.

تم اختيار أربع مجموعات من العوامل لهذا البحث، وهي: العوامل المرتبطة بالمرأة المقاتلة، العوامل المرتبطة بالسياق العائلي، العوامل المرتبطة بالمؤسسات وكذلك العوامل المرتبطة بالعلاقات المهنية.

يمكن تحليلنا في نفس الآن من تحديد العوامل المعززة لإنشاء وتطوير مشروع نسوي، وكذا، من معرفة خصائص تجربتهن. الأمر الذي يمكن أن يعتبر محفزا لنساء أخريات، وأن يشكل منطلقا للارتقاء بريادة المقاولات النسوية.

تشير نتائج البحث إلى أن العوامل المرتبطة بالمرأة المقاتلة، والعوامل المرتبطة بالسياق العائلي، والعوامل المرتبطة بالعلاقات المهنية، تعتبر الدعامات الأساسية للنساء المقاولات لجهة فاس مكناس. وعلى النقيض من ذلك، تمثل العوامل المرتبطة بالمؤسسات العقبة الرئيسية أمامهن.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال النسائية، النساء المقاولات، جهة فاس مكناس، إنشاء، تطوير

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre 1 : Entrepreneuriat féminin : Etat de la recherche, spécificité et contexte	11
Section 1 : Entrepreneuriat, entrepreneur et genre : Concepts et approches.....	14
Section 2 : Entrepreneuriat féminin : Etat de l'art.....	30
Section 3 : Entrepreneuriat féminin : Eléments de contextualisation.....	48
Chapitre 2 : Cadre théorique et conceptuel des facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines.....	77
Section 1 : Les théories mobilisées	80
Section 2 : Les facteurs liés à l'entrepreneur et à son contexte familial	104
Section 3 : Les facteurs liés aux institutions et aux relations professionnelles	117
Chapitre 3 : Etude empirique des facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines : Cas de la région Fès-Meknès .	138
Section 1 : Méthodologie de recherche.....	141
Section 2 : Présentation et analyse des résultats	165
Section 3 : Discussion des résultats	189
Conclusion générale.....	206

Liste des abréviations

AFEM : Association des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc

ANPME : Agence Nationale de la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise

BM : Banque Mondiale

CRI : Centre Régional d'Investissement

ESPOD : Espace de Départ

GE : Grande entreprise

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

HCP : Haut-Commissariat au Plan

MENA : Middle East and North Africa

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économiques

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PPA : Parité du Pouvoir d'Achat

TPE : Très Petites Entreprises

TPME : Très Petites Entreprises & Petites et Moyennes Entreprises

Introduction générale

« La société entrepreneuriale recherchée devrait ainsi assurer l'égalité des chances pour tous en inspirant et stimulant les femmes et les jeunes à l'acte d'entreprendre. Leur rôle dans cet écosystème serait davantage valorisé comme face de propositions et d'actions, au service de la croissance inclusive et de l'emploi ».

Extrait du message de SM le Roi Mohammed VI aux participants à la Cinquième Edition du Sommet Global de l'Entrepreneuriat 20/11/2014 à Marrakech.

Compte tenu de l'ampleur apportée à l'entrepreneuriat féminin tant au niveau international, national et régional, ce phénomène participe par ses atouts à la croissance économique et à l'allègement de la pauvreté. En effet, il constitue une force majeure dans la création d'emploi pour les femmes et pour d'autres individus (Orhan et Scott, 2001). De ce fait, il s'estime un contributeur significatif du développement économique d'un pays (Kreide, 2003).

En revanche, malgré sa naissance aux années 80, ce domaine déclare un manque de recherches et d'explorations au niveau du Maroc et particulièrement dans la région Fès-Meknès. C'est à cet égard que notre thèse a pris chemin afin de comprendre comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise.

Notre objectif est d'identifier les principaux facteurs contribuant à la création et au développement des entreprises féminines et la manière dont ils favorisent cette activité entrepreneuriale.

Dans ce sens, l'examen des études sur l'entrepreneuriat féminin ces 40 dernières années nous permet de constater que la recherche dans ce domaine est de plus en plus développée dans les pays occidentaux que dans les pays du monde entier. La justification de notre choix d'explorer ce sujet, revient au manque de données officielles et l'indisponibilité des recherches et des études universitaires. Ce déclencheur d'intérêt

ne permet pas de dresser un portrait réel de l'entrepreneuriat féminin dans la région Fès-Meknès.

En dépit du développement de la recherche en entrepreneuriat, il est encore constaté que les facteurs liés à l'environnement y sont peu développés. En effet, les principales recherches en entrepreneuriat féminin sont basées sur les caractéristiques personnelles des femmes, sur leurs motivations et les caractéristiques de leurs entreprises. Depuis quelques années, des recherches (Busenitz et Lau, 1996 ; Audet, Couteret et Avenet, 2004 ; Belattaf et Nasroun, 2013 ; Jabraoui et Boulahoual, 2016) soulignent l'importance des facteurs liés à l'entrepreneur et à son environnement dans la création et le développement des activités entrepreneuriales. Ce faisant, la culture entrepreneuriale, les valeurs, les croyances et les normes dominantes dans une société semblent être des facteurs susceptibles d'influencer l'activité entrepreneuriale d'un créateur. Nonobstant les attentions portées par le passé sur l'entrepreneur, ses traits et ses caractéristiques, il n'en demeure pas moins que ces attributs sont liés à son milieu de vie social et culturel (Borges, Simard et Filion, 2005).

Également, l'environnement entrepreneurial apparaît comme un facteur susceptible d'agir en antécédents à l'intention d'une personne à créer une entreprise. Par conséquent, nous cherchons à savoir comment l'environnement interne et externe appuie la création et le développement des entreprises féminines. Nous nous interrogeons donc sur les facteurs personnels et contextuels qui favorisent cette activité entrepreneuriale.

Il est à souligner que les femmes entrepreneures sont assez actives partout dans le monde. Selon l'Indice Mastercard des femmes entrepreneures (2019) les femmes représentent 38,2% d'entrepreneures en Ouganda, 37,9% au Ghana et 36% au Botswana. Pour les États-Unis, 35,1% de femmes sont des entrepreneures. Quant aux Nouvelle-Zélande, Russie et Malawi, le pourcentage des femmes entrepreneures est d'environ 31%, contre 30% en Australie, en Angola et au Portugal. Néanmoins, le pourcentage des femmes entrepreneures dans certaines régions du monde est faible à savoir au Moyen Orient et en Afrique du Nord avec seulement 12%. Par ailleurs, le

nombre d'entrepreneurs féminins est significativement inférieur à celui d'Asie orientale, d'Amérique latine, d'Europe et d'Asie centrale des entreprises créées par les femmes. Ce pourcentage interrégional varie de presque 11% en Tunisie, 10% au Maroc, 7,5% en Algérie et en Égypte (4,1%).

1. Contexte de l'étude

Dans les pays en développement, le taux de chômage est reconnu comme très élevé et les occasions de travail sont très faibles. L'entrepreneuriat peut parfois être la seule échappatoire possible à la pauvreté et plus particulièrement pour les femmes (Malach-Pines, Lerner, et Schwartz 2010). En effet, dans ces pays, nombreuses sont les femmes qui se tournent vers une activité autonome, pas seulement pour avoir un revenu, mais comme le seul moyen possible de survie. Par ailleurs, les statistiques (OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques, 2004; Banque Mondiale et Société Financière Internationale (SFI), 2007) indiquent que de plus en plus les femmes s'intéressent à la création de très petites entreprises (Banque Mondiale, 2012). Également, elles indiquent que l'entrepreneuriat offre de nombreux avantages aux femmes. Les femmes entrepreneures ont donc un effet significatif sur l'économie mondiale par leur création des emplois à la fois pour elles et pour d'autres personnes. Aujourd'hui, selon la Banque Mondiale (2019) les femmes possèdent plus de 34% de l'ensemble des activités entrepreneuriales dans le monde entier.

Ces dernières années, comme l'entrepreneuriat féminin dans les pays en développement attire de plus en plus d'attention, les décideurs politiques se sont focalisés sur cette « source inexploitée ». Leur intérêt est d'instaurer des mesures adéquates permettant de promouvoir cette forme d'activité économique au féminin.

Le Maroc est un pays avec un revenu faible à moyen, une population de 36 millions d'habitants (Haut-Commissariat au Plan, 2018), et un PIB de 8612 US\$ par habitant (PPA) en 2017 (Fonds Monétaire International, 2017). Il a adopté le principe d'une économie de marché et a mis en application des politiques de libéralisation économique depuis les années 1980. La performance de croissance économique du pays est fortement influencée par les développements dans le secteur agricole, qui est très

sensible au volume des précipitations annuelles. Malgré le niveau élevé de participation du secteur privé dans l'économie, l'environnement des affaires n'est pas évalué comme étant très favorable. Dans l'indice Doing Business 2020 de la Banque Mondiale, le Maroc s'est hissé au 53^{ème} rang à l'échelle mondiale, gagnant ainsi sa position concurrentielle face aux autres pays.

Selon le rapport du Haut-Commissariat au Plan (2019), la structure des entreprises au Maroc est à 93% constituée de très petites et moyennes entreprises (TPME), contre 7% de grandes entreprises (GE). En effet, les TPME se répartissent entre les très petites entreprises (64%) et les petites et moyennes entreprises (29%). Ce rapport indique que la répartition par secteur d'activité montre que près de 42% des entreprises opèrent dans le secteur des services, 27% dans le commerce, 21% dans la construction et 10% dans l'industrie. Les TPME sont par conséquent très importantes pour l'économie marocaine. En revanche, la plupart des PME sont familiales et ont un taux de diversification très faible. Le poids du secteur informel constitue également un problème pour les personnes souhaitant se lancer dans l'entrepreneuriat. Dans ce sens, un certain nombre de mesures gouvernementales ont été prises pour améliorer l'environnement réglementaire pour les nouvelles entreprises en démarrage et encourager l'entrepreneuriat formel en particulier. De même, le secteur de la micro-finance est bien développé au Maroc et le secteur bancaire est en évolution par rapport à d'autres pays de la région MENA. Cependant, l'absence d'une forte croissance soutenue et la création d'emplois sont parmi les défis majeurs du pays. De plus, soutenir la compétitivité et la diversification du secteur privé compétitif devient une nécessité pour créer les emplois. Une possibilité pour atteindre cet objectif serait de s'appuyer sur le fort désir entrepreneurial de la population (Global Entrepreneurship Monitor, 2010, 2012).

L'entrepreneuriat est considéré comme un moteur de la croissance économique dans les pays en développement. Les études GEM montrent que malgré les nombreuses différences entre les pays, en moyenne, les individus vivant dans des pays à faible niveau de développement ont tendance à avoir une attitude plus favorable envers l'entrepreneuriat et des intentions plus fortes de démarrer une entreprise au cours des

trois prochaines années (Bosma et Levie, 2010). En effet, la création d'entreprises génère de nouveaux emplois et contribue à l'augmentation du revenu et, éventuellement, à une diminution du chômage. Au Maroc, le taux des entrepreneurs ayant une expérience entrepreneuriale antérieure est en augmentation depuis quelques années (Global Entrepreneurship Monitor, 2010).

D'après le dernier rapport du HCP (2021), le taux d'entreprises créées/possédées par les femmes marocaines s'est élevé à 12,8%, après une stagnation depuis plusieurs années à 10% (Oumerzoug, 2020). Néanmoins, ce taux reste très faible sachant que la population féminine au Maroc constitue plus de 50% de l'ensemble des habitants (HCP, 2020). En effet, les femmes poussées à entreprendre, considèrent souvent l'entrepreneuriat comme une alternative au chômage, à un travail temporaire, à l'exclusion sociale ou bien à cause de la discrimination rencontrée sur le lieu du travail (Banque mondiale, 2005). Ce constat est confirmé par la Banque Mondiale dans un rapport consacré à l'activité féminine au Maroc (2008) : *«au Maroc, il y a un taux élevé de chômage au sein des femmes hautement instruites. Promouvoir l'entrepreneuriat féminin peut ainsi être un instrument pour favoriser la participation des femmes dans le marché du travail et pour réduire le chômage des femmes diplômées»*. Par ailleurs, pour d'autres femmes, l'entrepreneuriat est une forme de survie. Elles se lancent dans cette aventure par nécessité, afin de répondre aux besoins quotidiens de leurs familles (Paterno, Gabrielli et D'Addato, 2008). Ces femmes sont soit des chefs de ménage (veuves, divorcées, mères célibataires, etc.), des femmes d'immigrés, des femmes de soldats à la recherche d'un complément de revenu pour faire face à leur précarité financière (Mejjati Alami, 2001), soit des femmes cherchant à exercer un emploi à leur compte propre afin de se libérer de la dépendance maritale.

Le CRI (2018) ressort pour la région Fès-Meknès que le nombre des femmes entrepreneures, atteint 524 unités sur un total de 4509 entreprises ; un nombre qui reste faible par rapport aux entreprises existantes dans les différentes régions. Ce constat se confirme par l'enquête réalisée par l'association des femmes chefs d'entreprises du Maroc (AFEM) révélant que *« la grande majorité des entreprises dirigées par les femmes se situe dans les régions de Casablanca et Rabat avec une part de 73% »*

(AFEM, 2015, p.14). Cette étude ajoute que les régions de Tanger-Tétouan, de Marrakech et d'Agadir représentent chacune de 4% à 5% des entreprises dirigées par les femmes, devançant celles de Fès-Boulemane et de Meknès-Tafilalet (2 à 3%), suivies de la région Orientale, Taza Al Hoceima, Taounate et les régions de Sud avec un taux de 1%.

Le choix d'investigation dans la région Fès-Meknès est argumenté par sa jouissance d'un ensemble d'atouts qui favorisent son développement économique et social. A titre d'illustration, ladite région est dotée d'un patrimoine artisanal, agricole et touristique emblématique, offrant un appel aux femmes pour entreprendre.

2. Intérêts de la recherche

Nous estimons que la présente recherche a un double intérêt. D'une part, elle a un intérêt théorique. En effet, cette recherche constitue un projet de connaissance qui contribuera, éventuellement, à présenter une synthèse de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin, accompagnée d'un cadre empirique cherchant à appréhender la diversité des entreprises féminines de la région Fès-Meknès. D'autre part, cette recherche vise à déterminer les facteurs qui peuvent agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines en comprenant comment ces facteurs favorisent-ils cette activité.

Par ailleurs, l'existence de formations dédiées à l'entrepreneuriat qui sont de plus en plus assurées par plusieurs universités au niveau international et national. Nous considérons que les connaissances à produire par ce travail de recherche pourraient enrichir lesdites formations.

Ce sujet a aussi un intérêt pratique. Nous estimons qu'il sera d'une grande utilité aux entreprises féminines marocaines en général et de la région Fès-Meknès en particulier. Nous espérons qu'il pourra sensibiliser les femmes qui veulent se lancer dans le monde d'entrepreneuriat, une sorte de stimulus les poussant à agir et un canevas motivant pour la création d'entreprises féminines apportées de valeurs ajoutées pour la région Fès-Meknès.

3. Problématique et méthodologie de recherche

Comprendre la réalité des femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès nécessite de prendre en compte à la fois les facteurs liés à la femme entrepreneure et les facteurs liés à son environnement externe en cherchant à identifier ces facteurs et à comprendre comment ces femmes arrivent à la création de leur entreprise. Il est à indiquer que les plus récentes recherches sur l'entrepreneuriat féminin abordent les expériences des femmes à travers des recherches purement qualitatives, d'où notre étude suit le même cheminement en tenant compte de la nature et la particularité du sujet.

Dans ce sens, notre question principale de recherche est la suivante :

« Comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise ? »

Cette question de recherche se subdivise en cinq sous questions :

Question 1 : Quels sont les facteurs favorisant la création et le développement des entreprises féminines ?

Question 2 : Comment les facteurs liés à l'entrepreneur favorisent-ils la création et le développement des entreprises féminines ?

Question 3 : Comment les facteurs liés au contexte familial de l'entrepreneur favorisent-ils la création et le développement des entreprises féminines ?

Question 4 : Comment les facteurs liés aux institutions favorisent-ils la création et le développement des entreprises féminines ?

Question 5 : Comment les facteurs liés aux relations professionnelles favorisent-ils la création et le développement des entreprises féminines ?

La démarche adoptée dans cette thèse est dictée essentiellement par l'objectif de notre recherche. Ainsi, nous cherchons à comprendre comment les femmes

entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise. La compréhension est souvent associée au paradigme interprétativiste. Celui-ci développe une démarche qui prend en considération les attentes, les motivations, les raisons, les intentions et les croyances des acteurs, et qui met l'accent beaucoup plus sur les pratiques que sur les faits.

En effet, pour formuler notre problématique de recherche, nous nous sommes basés sur l'exploration hybride qui s'appuie sur la littérature existante pour donner du sens à des observations empiriques en procédant par allers-retours entre ces observations empiriques et la théorie pour émettre des propositions de recherche (démarche abductive).

Afin d'identifier les facteurs susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines, nous avons opté pour la démarche qualitative qui nous a semblé la mieux appropriée pour notre problématique.

En ce qui concerne l'étude empirique, nous avons effectué en premier lieu des entretiens libres avec cinq femmes entrepreneures dont l'objectif est d'identifier les différentes perceptions de notre problématique de recherche et d'essayer de comprendre les réponses données à cette problématique. Ensuite, nous avons effectué des entretiens semi-directifs auprès de 20 femmes entrepreneures. Au cours de cette phase, nous avons procédé à la compréhension de nos propositions de recherche.

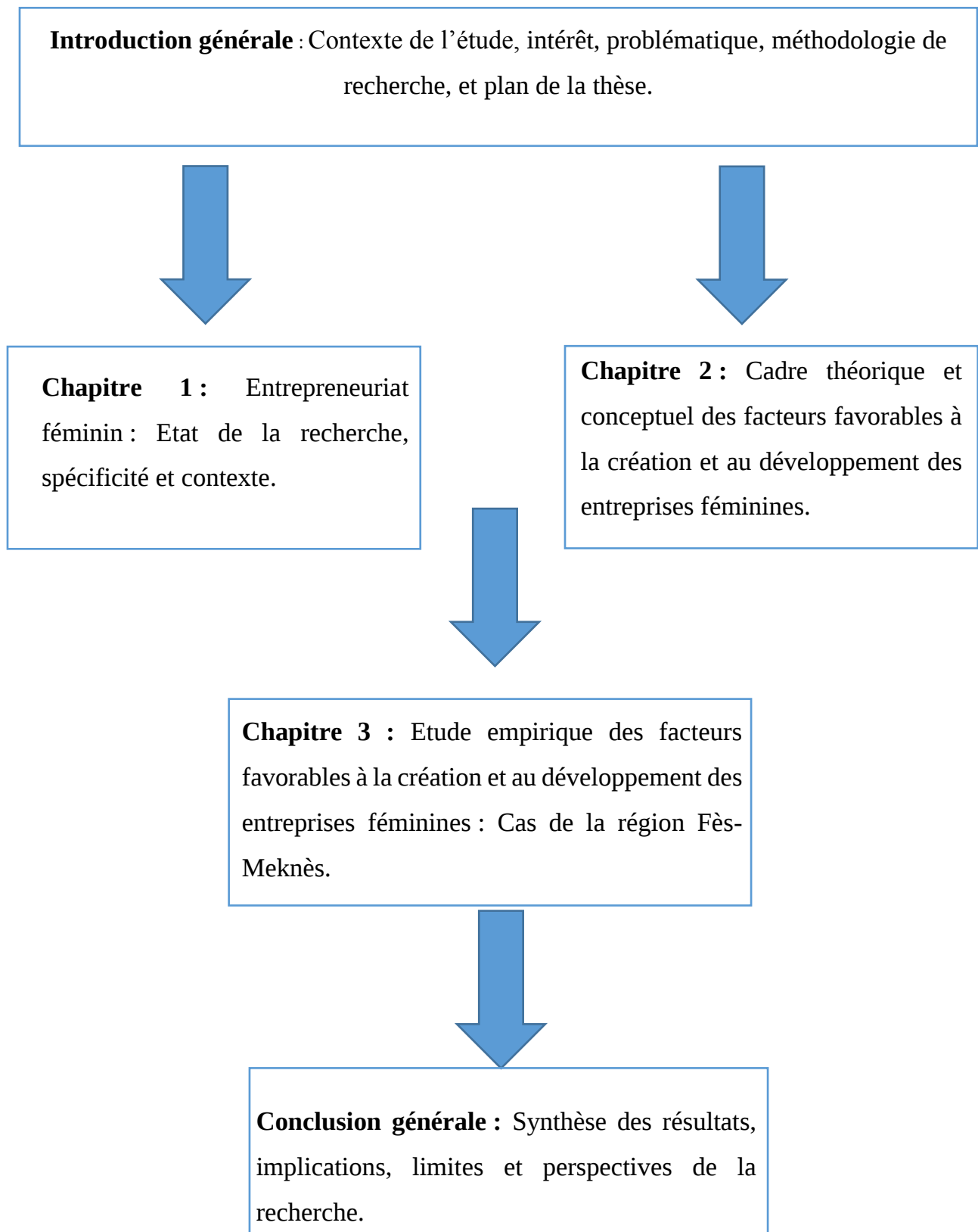
Pour l'essentiel, notre méthodologie de recherche se base sur **l'étude du terrain** à travers une vision en interne. Ses données sont tirées des entretiens que nous avons menés avec les différentes femmes interviewées.

4. Design et plan de la recherche

Pour répondre à la problématique et aux questions de recherche précédemment présentées. La structure globale de notre thèse est composée de trois chapitres, subdivisés en trois sections, organisées en deux sous-sections.

- Dans le premier chapitre, nous présenterons l'état de la recherche, spécificité et contexte de l'entrepreneuriat féminin. Dans un premier stade, nous définissons les concepts clés de notre revue de littérature à savoir ; le concept de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneur(e) ainsi que le concept du genre en entrepreneuriat. Dans un deuxième stade, nous exposons des études sur l'évolution de l'entrepreneuriat féminin et sur ses spécificités dans la littérature. Dans un troisième stade, nous présentons d'une part la situation de la femme au Maroc et d'autre part, une revue de la littérature de l'entrepreneuriat féminin au Maroc.
- Notre deuxième chapitre, traite notre cadre théorique et conceptuel. Ces derniers évoquent dans un premier temps, les principales approches mobilisées dans le cadre de notre étude à savoir l'approche par les traits et l'approche contextuelle, ainsi que l'approche institutionnelle. Dans un deuxième temps, nous exposons les propositions de notre recherche qui englobent l'ensemble des facteurs retenus pour notre étude.
- Enfin, le troisième chapitre s'organise en trois sections. Il a pour objectif de présenter notre choix méthodologique et d'exposer les résultats de cette recherche, l'analyse ainsi que la discussion générale de l'ensemble de nos résultats. La première section met en exergue le positionnement épistémologique et méthodologique de la recherche tout en justifiant nos choix méthodologiques. La deuxième section présente et analyse les résultats de l'étude. La troisième section est consacrée à la discussion des résultats par rapport à notre cadre théorique et conceptuel. En guise de conclusion, nous dressons la conclusion généralisée, munie des principales implications théoriques, méthodologiques et managériales.

Figure 1 : Le plan de la thèse



Source : Elaborée par nos soins

Chapitre 1 : Entrepreneuriat féminin : Etat de la recherche, spécificité et contexte

Introduction

Pendant des années, les travaux et les recherches¹ en entrepreneuriat étaient focalisés essentiellement sur l'entrepreneuriat masculin alors que l'entrepreneuriat féminin est resté un domaine à l'abandon. Mais, durant ces dernières années, la création et la gestion d'entreprises par les femmes a suscité un intérêt particulier et un développement dans le monde entier. La littérature et la recherche en entrepreneuriat féminin s'est développée aussi et de manière très intéressante (Ferreira Dos Santos, Morais, Ribeiro et Jardim- Pardini, 2019). En effet, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin semblent suivre deux sens différents. Le premier a donné lieu à des études comparatives (Brush, 1992 ; Uxem et Bais, 1996 ; Ahl, 2002 ; Kirkwood, 2003) visant à identifier les similitudes et les différences entre les femmes entrepreneures et leurs homologues masculins. En effet, le processus de lancer et gérer une entreprise et les facteurs environnementaux semblent être relativement similaires pour les entrepreneurs féminins et masculins (Ahl, 2002). Cependant, les caractéristiques organisationnelles des entreprises semblent être différentes pour les entrepreneurs, hommes et femmes, notamment en termes de volume des ventes, de style de gestion, d'objectifs et d'acquisition de capital de démarrage (Brush, 1992).

Nombre de recherches (Battner et Moore, 1997 ; Orhan et Scott, 2001) qui ont trait à l'entrepreneuriat féminin se sont concentrées uniquement sur des échantillons d'entrepreneurs féminins. En premier lieu, elles ont mis l'accent sur les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures, les caractéristiques de leurs entreprises, leurs motivations également (Carrier, Julien et Menvielle, 2006), au financement, aux réseaux d'affaires et à la performance des entreprises créées et gérées par les femmes (Carter et Rosa, 1998 ; Fenwick, 2003). En deuxième lieu, elles ont progressivement évolué et se sont intéressées à la reconnaissance des opportunités, les styles de prise de

¹ Duchénaud et Ohran (2000) ; Ahl (2006) constatent que beaucoup de travaux de recherche sur l'entrepreneuriat ont été menés par des hommes, à partir d'exemples d'entrepreneurs hommes et d'échantillons d'hommes ; ils conditionnent ainsi un cadre d'analyse, que les chercheurs qualifient de "masculin".

décision, les variables perceptuelles (De Bruin, Brush et Welter, 2007). Actuellement, un thème nouveau est abordé à savoir les facteurs influençant l'activité entrepreneuriale (Noguera, Alvarez, Merigo et Urbano 2015 ; Thébaud, 2015 ; Ramadani, Hisrich et Gerguri Rasiti, 2015 ; Constantinidis et collab., 2017 ; Halabisky, 2018 ; Cavada, Bobek et Macek, 2017 ; Khyareh, 2018).

Aujourd'hui, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin révèlent la cohabitation de ces deux types d'études (Lebègue et Chabaud, 2013). C'est-à-dire, non seulement une comparaison entre l'entrepreneuriat féminin et masculin, mais encore la spécificité des femmes entrepreneures.

Afin de pouvoir situer notre recherche par rapport aux travaux académiques sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin, il est nécessaire d'élaborer une revue de la littérature afin d'illustrer les concepts et fondements théoriques liés à ce sujet.

Dans un premier stade, nous définissons les concepts clés de notre revue de littérature à savoir, le concept de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneur(e) ainsi que le concept du genre en entrepreneuriat (**Section 1**). Dans un deuxième stade, nous exposons des études sur d'une part, l'évolution de l'entrepreneuriat féminin, et d'autre part, sur les spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la littérature (**Section 2**). Dans un troisième stade, nous présentons la situation de la femme au Maroc d'une part, et, d'autre part, une revue de la littérature de l'entrepreneuriat féminin au Maroc (**Section 3**).

Section 1 : Entrepreneuriat, entrepreneur et genre : Concepts et approches

Pour un pays, l'entrepreneuriat contribue à la création d'emplois, à la création de richesse, et à la croissance économique par la participation à la croissance du Produit Intérieur Brut (Nlemvo, Biga-Diambeidou et Coeurderoy, 2011), ce qui permet de progresser et de favoriser le développement économique (Cantú, Bobek, Skoko et Macek, 2018).

Dans ce qui suit, nous mettons en lumière les différentes définitions liées à notre objet d'étude « L'entrepreneuriat féminin » à savoir le concept de l'entrepreneuriat, le concept de l'entrepreneur(e). Nous évoquons également, la notion du genre et surtout le genre en entrepreneuriat.

§1. Conceptualisation de l'entrepreneuriat

A travers les débats, les colloques et les ouvrages, il est clair que l'entrepreneuriat a connu au cours des dernières décennies une montée en puissance au sein de la communauté des chercheurs, des enseignants et des décideurs politiques, afin d'adopter un cadre propice à la promotion de l'entrepreneuriat, garant de la compétitivité régionale et nationale.

En effet, l'entrepreneuriat joue un rôle stratégique en tant que déterminant majeur de la performance économique et sociale des nations, car il est à la base de la création d'entreprises et d'emplois, de l'innovation, de la croissance de la productivité, du développement de l'esprit d'entreprise dans les milieux professionnels et de l'accompagnement des changements économiques structurels.

1. Le concept de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un concept multidimensionnel, car il n'est pas facile de le définir avec une définition universelle (Léger-Jarniou, Certhoux, Degeorge, Lameta et LeGoff, 2016). Nous pouvons avoir toute une gamme de définitions développées par

les auteurs du domaine. Nous avons identifié un certain nombre de définitions regroupées par auteur et par période.

Tableau 1: Définitions de l'entrepreneuriat regroupées par auteurs et par périodes

Auteurs	Définitions
Low et MacMillan (1988) ; Gartner (1989,1990)	L'entrepreneuriat représente la création d'une nouvelle entreprise.
Morris (1998)	L'entrepreneuriat est le processus permettant à un ou à plusieurs individus d'utiliser un ensemble de ressources leur permettant d'exploiter les opportunités détectées sur le marché. Cela peut se produire dans tout contexte organisationnel et avoir plusieurs conséquences, comme la création d'une nouvelle entreprise ou la création de nouveaux produits, services, procédés et processus de gestion.
Shane et Venkataraman (2000)	L'entrepreneuriat est un champ incluant le processus d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités, de même que les individus qui les détectent, les évaluent et les exploitent.
Caree et Thurik (2005)	L'entrepreneuriat résulte de la volonté d'un ou de plusieurs individus, œuvrant ou non dans une même entreprise, de percevoir et d'exploiter de nouvelles occasions (nouveaux produits, nouvelles méthodes de production, nouveaux processus de gestion, nouveaux marchés, etc.), cela malgré l'incertitude liée à ces projets et aux ressources mises à leur disposition.
Landstrom (2008)	L'entrepreneuriat est la capacité de l'entrepreneur à reconnaître les occasions et à entreprendre des actions pour les exploiter dans un marché
Léger-Jarniou (2013)	L'entrepreneuriat est fondé sur un esprit entrepreneurial et sur un processus de création.
Léger-Jarniou et collab., (2016)	L'innovation est une dimension de l'entrepreneuriat.

Source : Préparé par nos soins.

À partir de ce tableau, nous pouvons conclure qu'il existe une panoplie de définitions de l'entrepreneuriat, qui dépend de la vision et du cadre conceptuel de l'auteur qui définit le concept.

Sous cet angle, sept dimensions clés peuvent être identifiées dans le tableau ci-dessus. En particulier, la création d'une nouvelle entreprise, la création de nouveaux produits, la prise de risque, l'innovation, la création de valeurs, l'exploitation d'un ou plusieurs débouchés commerciaux et la mobilisation de ressources.

Récemment, Zoumba et Poesi (2018) distinguent deux types d'entrepreneuriat: l'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat par nécessité. Le premier type *« 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 en tirer profit »* (Reynolds, Bygrave, Autio, Cox et Hay, 2002, p.8). Quant au deuxième type, *« 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 collab., 2002, p.8). Ceci laisse dire qu'il existe plusieurs formes d'entrepreneuriat.

Selon Fayolle (2003), différentes formes d'entrepreneuriat coexistent, qui combinent les niveaux individuels, collectifs et organisationnels. Par exemple, l'entrepreneuriat commercial et l'entrepreneuriat social (Janssen, Bacq, et Brouard, 2012). Au niveau du premier type, les entrepreneurs classiques ou appelés encore traditionnels, reposent essentiellement sur le gain financier à court terme où le bénéfice est une fin en soi pour les actionnaires. Tandis que, les entrepreneurs sociaux se concentrent sur des objectifs à long terme, leur mission sociale servant de sauvegarde. Pour eux le profit est un moyen au service de la mission.

Il n'y a donc pas de définition définitive de ce concept, la littérature étant abondante et offrant de multiples points de vue (Fayolle, 2004) : le phénomène entrepreneurial lui-même étant complexe, équivoque et multidimensionnel, comme

nous l'avons présenté ci-dessus. Cependant, il semble essentiel de cadrer les concepts. L'un des avantages d'une définition est d'essayer d'atteindre les objectifs d'un travail de recherche et de permettre aux lecteurs de comprendre le travail qui a été effectué.

Sur la base de cet exercice de définition de l'entrepreneuriat, il faut également souligner la nature hétérogène de ce phénomène dans le cadre de notre travail. Notre sujet d'étude porte sur deux dimensions de l'entrepreneuriat. La dimension qui se focalise sur les activités liées à la création d'entreprises et la dimension qui se concentre sur les individus à l'origine de ces activités. Ce qui nous intéresse ici, principalement, c'est la création et le développement d'entreprise par les femmes, individuellement, dans une perspective commerciale.

Dans le cadre de notre étude, nous prenons la définition de Gasse et Amour (1993, p.23), l'entrepreneuriat est « *l'appropriation des ressources humaines, matérielles et financières dans le but de créer, de développer, et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus.* » Cette définition est pertinente par rapport à notre projet car elle met en évidence les concepts clés de notre sujet à savoir : la création et le développement.

Quant à l'adjectif qualificatif féminin, le Dictionnaire Universel (1988, p.421) renvoie à « *ce qui est propre à la femme ou considéré comme tel* ».

L'entrepreneuriat féminin est cet esprit d'initiative des femmes qui se manifeste de manière prépondérante ; les femmes ont tendance à s'organiser compte tenu des ressources disponibles pour satisfaire leurs besoins. Ndonga et Oudraogo cité par Gasse et Amour (1993, p.315) le définissent comme : « *un ensemble d'activités mises sur pieds et gérées par les femmes elles-mêmes indépendamment de la taille de l'entreprise* ». L'entrepreneuriat féminin désigne en fin de compte les activités des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent pour créer des activités économiques rentables dans les secteurs formel et/ou informel. Il s'agit ici, comme le dit Tchaoussi, (2005, p.52) « *de la dynamique féminine qui se manifeste par un esprit de créativité admirable* ».

L'analyse de l'entrepreneuriat féminin, domaine de notre recherche, nécessite d'abord de définir le concept d'entrepreneur(e) et d'identifier certaines typologies.

2. La définition de l'entrepreneur et ses typologies

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise. L'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations. De ce fait, il apporte une contribution majeure à la croissance économique (Backman, 1983).

En ce sens, ce concept mérite également une attention particulière. Le terme « entrepreneur » recouvre de nombreux aspects. En effet, dans son livre *Apprendre à entreprendre*, Fayolle (2004, p.54) propose la définition suivante : « *L'entrepreneur est un être passionné, amoureux de la liberté, qui se construit une prison sans barreaux* ». L'entrepreneur est donc un acteur central d'un phénomène le plaçant dans des situations très hétérogènes et non limitées à la création d'activités (Berger-Douce, 2007).

Certains travaux montrent que les entrepreneurs ne peuvent pas être considérés comme un groupe homogène (Gustafsson, 2004). Par exemple, Belhaj (2005) a tenté de définir l'entrepreneur en distinguant deux types d'entrepreneurs. D'une part, l'entrepreneur involontaire qui a longtemps choisi de travailler seul. Il est souvent influencé par une culture entrepreneuriale particulière ; celui-ci est entouré du propriétaire d'une petite entreprise ou d'un travailleur indépendant. De l'autre côté, l'entrepreneur volontaire (bénévole), diplômé, sans emploi ou professionnel ou cadre de tous âges ayant été licencié. Selon Belhaj (2005), cet entrepreneur n'avait pas l'intention de se lancer en affaires mais, suite à un événement négatif, a décidé de créer son propre emploi.

Dans son côté, Dargent (2015) a défini les entrepreneurs comme étant des personnes qui créent une entreprise après avoir quitté involontairement leur emploi précédent, appelés des entrepreneurs de subsistance.

De façon globale, les chercheurs considèrent l'entrepreneur comme un être humain possédant en propre différentes qualifications : preneur de risques, innovant, bon manager, bon homme d'affaires, etc (Alexandre, 2016), sans pour autant distinguer les caractéristiques propres à la femme, actrice principale de notre recherche.

Schwartz a mené les premières recherches sur cette dernière en 1976. Depuis lors, les chercheurs ont accru leur intérêt pour l'entrepreneuriat féminin (Constantinidis, 2014) et ont publié de nombreux livres et articles sur le sujet². Lavoie (1988, p 64) définit l'entrepreneure d'une façon très large, sans vraiment la distinguer de son homologue masculin. Elle considère que l'entrepreneure est une « *femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante* ».

Quelques années plus tard, Belcourt, Burke et Lee-Gosselin, (1991) définissent l'entrepreneure de façon plus précise, en mettant notamment l'accent sur la volonté d'épanouissement personnel, sur l'autonomie financière et sur la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise. Par ailleurs, Marcellina, Donath et Mariam (2002) considèrent que les femmes entrepreneures sont celles qui créent, possèdent et dirigent une entreprise.

Certains chercheurs ont utilisé les motivations des femmes en distinguant deux types d'entrepreneures afin de définir la femme entrepreneure. D'un côté, l'entrepreneure d'opportunité qui se définit par l'existence d'une opportunité qui affecte sa décision de devenir entrepreneure, telles qu'une opportunité de marché (Farr-Wharton et Brunetto, 2007). D'un autre côté, l'entrepreneure par nécessité qui signifie qu'elle n'avait pas d'autres options pour trouver un emploi (Bosma et Levie,

² Pour des revues de littérature détaillées : De Bruin, Brush et Welter (2007) ; Brush, De Bruin et Welter (2009) ; Carrier, Julien et Menvielle (2006) ; Fenwick (2003) ; Achtenhagen et Tillmar (2013) ; Bastian, Sidani et Amine (2018) ; Rashid et Ratten (2020).

2010). Par exemple en cas de chômage, de décès ou d'endettement des ménages (Cornet et Constantinidis, 2004).

Dans le même ordre d'idées, Buttner et Moore, 1997 , cité par Farr-Wharton et Brunetto (2007, p.188) ont défini la femme entrepreneure : «*Women entrepreneurs are defined as those who use their knowledge and resources to develop or create new business opportunities, who are actively involved in managing their businesses, and own at least 50 per cent of the business and have been in operation for longer than a year*»³.

La situation des femmes entrepreneures n'est pas homogène, c'est l'un des avantages et l'un des principaux atouts des créatrices d'entreprises. Au Maroc, ce genre d'entrepreneuriat semble être hétérogène, et les recherches existantes sont incomplètes et insuffisantes. Néanmoins, Boussetta (2011, p :12-13) parvient à distinguer six types de femmes entrepreneurs marocaines, ce qui illustre parfaitement cette hétérogénéité :

- **Les femmes de la Petite et Moyenne Industrie (PMI)** qui sont des entrepreneures avec une forte personnalité pour qui l'entrepreneuriat est un long processus d'imposition de soi-même. Elles investissent des marchés porteurs, souvent d'âge mur et ayant fait une carrière dans l'administration, leur permettant de bénéficier de leur longue expérience et leurs réseaux institutionnels.

- **Les femmes exerçant une activité génératrice de revenus** afin de travailler à leur compte et promouvoir leur intégration socio-économique. Il s'agit, essentiellement, d'initiatives individuelles provenant de femmes appartenant pour la plupart à des milieux défavorisés à savoir les zones rurales. Ces femmes ont souvent un certain niveau de savoir, disposent d'une formation ou bénéficient d'un certain environnement

³ Traduit par Alexandre (2016, p 112) « Buttner et Moore (1997) définissent les entrepreneures comme celles qui ont initié des affaires (ou une entreprise) et qui sont activement impliquées par sa direction. Elles possèdent au moins 50 % du capital de l'entreprise et sont en fonction depuis au moins un an. »

favorable : capital, affaire familiale... les aidant à entreprendre plus ou moins facilement.

- **Les femmes, professions libérales ou prestataires de service** exerçant des professions émergentes (informatique, médecin, avocat ...). Ce sont des jeunes diplômées qui tentent de réaliser leur projet de vie en profitant de leurs études, de leur dynamisme et parfois de leur expérience ou de leurs voyages à l'étranger. L'influence du père ou de la mère n'est pas étrangère à leurs choix professionnels.

- **Les propriétaires de micros et petites entreprises artisanales ou de la petite industrie** (couturières, pâtisseries...). Ce sont des femmes qui essaient de faire face aux difficultés de leur vie personnelle dans un esprit d'indépendance et d'épanouissement personnel. La plupart d'entre elles sont des petites productrices qui travaillent en sous-traitance. Leur force provient de leur capacité à stimuler le marché et à créer une demande avec de nouveaux produits constamment tout en maintenant la qualité afin de faire face parfois à une concurrence déloyale.

- **Les femmes commerçantes** (parfums, prêt-à-porter...) ayant un fort savoir commercial et recherchant une certaine autonomie professionnelle et financière. Elles détiennent une forte qualité relationnelle (négociation, confiance, écoute...) qui représentent leur plus important atout en mettant en œuvre des stratégies de fidélisation de leur clientèle. Ce sont des femmes polyvalentes capables de s'adapter au marché en étant présentes dans toutes les étapes du processus du produit.

- **Les femmes de « survie »** qui entreprennent malgré elles. L'entrepreneuriat n'apparaît pas comme une décision volontaire, mais plutôt comme un choix imposé en réponse à un effondrement économique ou social (chômage, décès du mari, divorce...). Ce sont des entrepreneures qui se sont appuyées sur une aide familiale : Fils, fille, mari... et qui doivent constamment faire face à diverses contraintes telles que la diversification des stocks, la gestion de leurs fonds de roulement, etc.

De son côté Bousseta (2011, p. 12), a pu distinguer entre trois catégories de femmes chefs d'entreprises :

- **Les femmes entrepreneures** : ce sont généralement des femmes issues des milieux riches possédant certaines capacités matérielles ou compétences professionnelles ou une formation appropriée. Celles-ci montrent plus ou moins les caractéristiques de l'image des femmes chefs d'entreprises.
- **Les femmes exerçant des activités génératrices de revenus** afin de travailler à leur compte et de promouvoir leur intégration sociale et économique. Il s'agit principalement d'initiatives personnelles de femmes, dont la grande majorité provient de milieux plus ou moins défavorisés. Ces femmes ont généralement certaines connaissances et / ou formations, ou bénéficient d'un environnement favorable : capital, entreprise familiale, etc. peuvent les aider à travailler plus ou moins facilement;
- **Les femmes exerçant des activités économiques survivantes** ont une expertise et une formation très limitée. Ce sont des femmes, dont la plupart se trouvent dans des conditions sociales instables (divorce, veuvage, exclusion, etc.), et leur faible revenu est dédié à la satisfaction des besoins familiaux de base.

Tout récemment, Constantinidis et collab., (2017, p 48) ont constitué trois catégories de femmes entrepreneures dans le secteur formel au Maroc :

- **Les femmes chefs d'entreprises** ayant créé une entreprise commerciale légalement enregistrée, quelle que soit sa taille (PME ou grande entreprise) et son secteur (commerciale, service ou industrie) ;
- **Les femmes exerçant une profession libérale** en tant qu'indépendantes ;
- **Les femmes coopératrices** ayant créé une coopérative.

Dans le cadre de notre étude, nous nous appuyons sur la typologie de Constantinidis et collab., (2017) concernant la femme entrepreneure marocaine pour établir notre propre typologie. Nous nous intéressons au premier type de femmes entrepreneures en apportant quelques précisions :

Les femmes chefs d'entreprises ayant seulement créé et non repris une entreprise de très petite taille (micro-entreprise) légalement enregistrée, dans différents

secteurs d'activité (commerce, service ou industrie) et ayant fait carrière dans le secteur public ou privé, ou des anciennes chômeuses. Notons que notre recherche ne couvre pas le secteur informel.

Malgré l'hétérogénéité des femmes entrepreneures, elles partagent des caractéristiques communes, notamment liées à leur structure d'entreprise et à leurs rôles sociaux (Alexandre, 2016). L'une des caractéristiques des femmes entrepreneures décrites dans la littérature est la taille de leur entreprise. Ces entreprises sont de petites tailles (Loscocco et Robinson, 1991 ; Fouquet, 2005 ; Carrington, 2006), jeunes et à faibles liquidités, et existent principalement dans le secteur des services (Boutillier, 2008 ; Fouquet, 2005 ; Carrington, 2006 ; Borges, Fillion et Simard, 2008 ; Santoni et Barth, 2014).

Sous cet angle, Alexandre (2016) confirme que les femmes dirigent généralement des petites entreprises, voire des micro-entreprises (très petites)⁴. Davis et Abdiyeva (2012), appuyés par plusieurs études menées dans différents pays, y compris des pays développés comme la Norvège, montrent que les femmes possèdent non seulement les plus petites entreprises, mais aussi leurs chiffres d'affaires est également le moindre. Nous pouvons le confirmer à travers plusieurs études réalisées dans différents pays (Robichaud, Mc Graw et Roger, 2005 ; Lebègue, 2015) qui ont mentionné que les femmes créent principalement de très petites structures. En effet, la création de très petites entreprises est également considérée comme un moyen d'encourager le développement des territoires locaux et l'emploi des femmes. Notamment au Maroc, la note de conjoncture de la Chambre française de commerce et de l'industrie du Maroc (2011) souligne que toutes les études concordent aujourd'hui sur le fait que presque 95 % du tissu économique national est constitué de PME, dont 96% des PME marocaines sont des TPE. A la lumière de ces observations, nous allons

⁴ Les très petites entreprises (TPE), qui emploient moins de 5 salariés et réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 3 millions de dirhams, constituent une frange importante du tissu entrepreneurial. Source : Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Economie Verte et Numérique.

décider de travailler seulement sur la TPE qui est accessible de toute femme qui décidera de se lancer dans l'entrepreneuriat féminin.

Avant d'évoquer le concept d'entrepreneuriat féminin, qui fait l'objet de notre recherche, il semble important de mettre la lumière sur le concept de genre dans l'entrepreneuriat.

Dans la sous-section suivante, nous présentons le genre en entrepreneuriat. En effet, un bon nombre de débats ont vu le jour en traitant la relation entre l'entrepreneuriat et le genre, du fait des barrières et difficultés rencontrées par les femmes (Verheul, Uhlaner et Thurik, 2005).

§2. Le genre en entrepreneuriat

Le genre est un concept au centre d'une effervescence intellectuelle qui bénéficie d'une large diffusion dans les différentes sciences sociales et humaines (sociologie, histoire, anthropologie, philosophie, droit, sciences politiques, sciences de l'éducation, etc.), et en particulier dans le domaine de l'entrepreneuriat (par exemple Ahl, 2006). En effet, selon Chasserio, Pailot et Corinne (2016, p.65) « *le genre est incontestablement devenu un concept-clé, une catégorie d'analyse centrale, voire un organisateur théorique de la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat des femmes* ».

Ce concept est donc mobilisé par de multiples producteurs de sens dont les divergences d'intérêt interdisent de lui donner une délimitation sémantique et théorique univoque. Notre propos ne vise pas à présenter une analyse exhaustive de la littérature sur les usages du terme « genre » dans les sciences sociales et humaines. Nous chercherons seulement à appréhender le sens qui lui est donné dans les études sur les femmes entrepreneures.

Avant de discuter les diverses études qui mettent l'accent sur les aspects de genre. Il est important de le définir. Historiquement, celui-ci a été utilisé dans la

recherche pour souligner que les hommes et les femmes ne participaient pas à la société dans les mêmes conditions (Karlsson et Zander, 2009).

Selon Fassin (2006, p.15), le genre « *n'est donc pas une manière élégante de dire 'les femmes'. Ce n'est pas non plus un euphémisme pour dire 'sexe'. Car, il ne s'agit pas seulement de rappeler qu'il y a des hommes et des femmes, mais aussi de s'intéresser au fait que la masculinité et la féminité ont une histoire : la manière d'être homme ou femme, la socialisation en tant qu'homme ou femme, ce que cela signifie dans une société donnée, à un moment donné* ». En d'autres termes, le genre est un produit culturel qui constitue «la mise en forme » du sexe (Redien-Collot, 2006), son signifiant et sa performance (Fassin, 2006).

Depuis les années 90, la recherche sur l'entrepreneuriat s'est de plus en plus concentrée sur les différences entre les hommes et les femmes en matière d'entrepreneuriat. Dans l'ensemble, les différences et les similitudes de genre dans la recherche sur le thème de l'entrepreneuriat féminin ont été expliquées de plusieurs façons.

Pour résumer les questions de genre en entrepreneuriat, cet axe est basé sur l'analyse d'un ensemble d'articles traitant ce sujet en termes de genre.

1. Le genre et les facteurs individuels

Jusqu'au début des années 90, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin ont révélé des différences de genre en ce qui concerne les caractéristiques individuelles. Brush (1992, p.13) souligne que: «*women business owners are more different from than similar to men in terms of individual level characteristics such as education, occupational experience, motivations, and circumstances of business start-*

up/acquisition»⁵. Cependant, des recherches indiquent qu'il y a plus de similitudes que de différences entre les entrepreneurs féminins et masculins (Ahl, 2002).

Deux exemples des thèmes liés aux caractéristiques individuelles de l'entrepreneur influencés par le genre sont évoqués ci-dessous, à savoir : l'intention de création et la perception de l'entrepreneur vis-à-vis de l'entrepreneuriat.

1.1. Le genre et l'intention entrepreneuriale

De nombreuses études ont souligné que le genre lui-même est un obstacle aux activités entrepreneuriales des femmes. Selon certains auteurs (Carter et collab., 1997; Delmar et Davidsson, 2000 ; De Bruin et collab., ; Mueller 2004; Chasserio et collab., 2016), cela explique que les hommes ont des intentions entrepreneuriales plus élevées que les femmes. Dans leur recherche, Vishal, Turban, Wasti, Arzu et Sikdar (2005) explorent la relation entre le rôle des stéréotypes de genre en entrepreneuriat et les intentions entrepreneuriales. Ils expliquent que les stéréotypes vis-à-vis des femmes (faibles capacités de gestion, esprit d'entreprise docile, etc.) affectent leur intention d'entreprendre. Notamment, Mueller (2004) montre que le contraste homme/femme en matière d'intention entrepreneuriale est plus grand dans les pays développés et moins fort dans les pays peu développés. Par ailleurs, les études de GEM montrent que les hommes sont deux fois plus impliqués dans des processus de création d'entreprises que les femmes, car leur intention d'entreprendre est plus forte. Ainsi, les femmes qui se percevaient comme ayant des caractéristiques plus masculines ont tendance à avoir des intentions entrepreneuriales plus fortes (Gupta, Turban, Wasti, et Sikdar, 2009).

1.2. Le genre et la perception de l'entrepreneuriat

Des études ont montré que les entrepreneurs sont perçus comme ayant des caractéristiques identifiées comme "masculines" (Rosa, Carter et Hamilton, 1996) :

⁵ Traduit par nos soins : les femmes entrepreneures sont plus différentes que les hommes, en ce qui concerne les caractéristiques individuelles telles que l'éducation, l'expérience professionnelle, les motivations et les circonstances dans lesquelles une entreprise est créée.

agressivité et compétitivité. Jonathan (2005), dans son étude sur les femmes entrepreneures brésiliennes, révèle que les femmes possèdent également ces caractéristiques. Elles sont optimistes et affirmatives en matière d'entrepreneuriat, des caractéristiques associées aux entrepreneurs masculins. La plupart des femmes reconnaissent qu'un entrepreneur prospère doit avoir beaucoup de courage et moins de craintes.

Bien que la différence entre les hommes et les femmes soit faible en termes de caractéristiques entrepreneuriales, les hommes seraient plus importants que les femmes en termes de persistance et de risque, mais relativement moins en termes d'autonomie et de changement (Saleh, 2011). En d'autres termes, par rapport aux hommes, les femmes sous-estiment leurs caractéristiques entrepreneuriales en termes de prise de risques, de connaissances industrielles et technologiques (Van Uxem et Bais, 1996, cité par Uhlaner Lorraine, Thurik, et Hutjes, 2002). Greene, Brush, Hart et Saparito, (2001) montrent que, contrairement aux hommes, les femmes ont des points de vue différents sur l'entrepreneuriat. En outre, ils proposent d'étudier l'esprit d'entreprise chez les femmes en utilisant un nouvel objectif tenant compte de la différence de la perception des femmes vis-à-vis de l'activité entrepreneuriale, en soulignant l'importance de l'aspect relationnel chez les femmes entrepreneures.

2. Le genre et les facteurs relationnels (familiale et de réseautage)

Les recherches sur les facteurs familiaux (entourage familial, état matrimonial, enfants ...) et de réseautage montrent qu'il existe de nombreuses différences entre hommes et femmes à ce niveau (Anwar et Rashid, 2011).

2.1. Le genre et la famille

Plusieurs études ont montré que les caractéristiques familiales ont des effets différenciés en termes de genre. En ce qui concerne le statut matrimonial et la situation professionnelle des parents, Guyot et Lohest (2007) ont constaté que ces variables ont des effets significatifs et négatifs sur les femmes entrepreneures, mais aucun impact significatif sur les hommes entrepreneurs. Ils ont conclu que les hommes et les femmes

ne sont pas égaux face à la création d'entreprise. Par conséquent, les femmes sont plus vulnérables aux conditions familiales que les hommes.

Ces résultats ont été prouvés dans d'autres études antérieures. Par exemple, l'étude de Shabbir et Gregorio (1996) qui ont souligné que l'entourage familial joue un rôle important chez les femmes, car de nombreuses femmes deviennent entrepreneures lorsque leur père ou mari est entrepreneur. De même, la recherche de Belattaf et Nasroun (2013) a confirmé que l'entourage familial constitue une ressource majeure puisqu'il dispose d'un réseau de connaissances et de contacts à mobiliser pour la réalisation du projet.

Selon les résultats de la recherche de Guyot et Lohest (2007), lors du démarrage d'un projet, les hommes sont davantage affectés par le manque de soutien de leur entourage, et ce facteur n'affecte pas les activités entrepreneuriales des femmes. Néanmoins, selon ces auteurs, les femmes semblent être plus affectées et négativement par les restrictions liées à la vie familiale. Dans la même veine, des études ont montré que si les femmes n'ont pas de soutien familial, plus particulièrement, le soutien du conjoint, elles auront du mal à réussir (Jamali, 2009; Mordi, Simpson, Singh et Okafor, 2010). Le conflit famille / travail a un impact négatif sur les femmes (Ashforth, 2000; Edwards et Rothbard, 2000). Certains chercheurs pensent que les stratégies choisies pour concilier les responsabilités familiales et professionnelles sont essentielles pour la réussite entrepreneuriale des femmes (Shelton, 2006).

2.2. Le genre et le réseautage

Le réseautage et son rôle pour les hommes et les femmes est un facteur qui a attiré l'attention de nombreux chercheurs. Ahuja (2005) a constaté que les femmes ont plus de difficultés à intégrer les réseaux d'affaires que les hommes. Il a souligné que ces réseaux sont souvent appelés cercles fermés, ce qui rend difficile la pénétration des femmes dans ces réseaux, car ils sont généralement dominés par des hommes entrepreneurs, qui assument généralement plus de responsabilités avant de créer leurs propres entreprises (Robinson et Stubberud, 2009). De même, Brush (2006) a souligné qu'en l'absence de contact étroit, il est généralement imbriqué dans le réseau d'affaire,

en particulier dans le réseau informel (Buttner et Moore, 1997; Robinson et Stubberud, 2009). Il est peu probable que les femmes entrepreneures négocient à la table. Par conséquent, dans la littérature, le réseautage est souvent utilisé pour expliquer les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures (Aldrich, 1989; Manolova, Manev, Carter et Gyoshev, 2006).

À cet égard, certains auteurs (Aldrich, 1989 ; Manolova et collab., 2006) estiment que les femmes entrepreneures investissent dans des réseaux qui signifient moins d'innovation et qu'elles ont moins de contacts externes, en particulier avec les bailleurs de fonds et les décideurs, ce qui limite leur accès au financement. Cette situation apportera plus de difficultés à la création et au développement des entreprises féminines (Manolova et collab., 2006), car ces réseaux permettent d'accéder à des conseils et informations, éléments. Indispensable lors du démarrage d'une entreprise (Robinson et Stubberud, 2009; Anderson, Alistair, Dodd et Jack, 2010). Au contraire, les hommes entrepreneurs établissent un réseau fortement concentré dans leur domaine d'activité, ce qui leur confère un avantage dans le domaine des affaires. Xiao, Alhabeeb, Hong et Haynes, (2005) ont conclu que plus un entrepreneur possède de capital humain (âge et expérience dans le domaine d'activité, etc.), plus son capital social est fort, ce qui affecte grandement leurs relations sociales.

Après avoir défini les différents concepts mobilisés pour notre recherche et quelques études sur le genre en entrepreneuriat, la section suivante présentera en premier lieu l'évolution de la recherche en entrepreneuriat féminin dans le temps. En deuxième lieu, les spécificités de l'entrepreneuriat féminin. On présentera notamment le profil des femmes entrepreneures, les caractéristiques de leurs entreprises ainsi que leurs motivations à entreprendre.

Section 2 : Entrepreneuriat féminin : Etat de l'art

Il est désormais reconnu dans le monde entier qu'il ne peut y avoir de développement sans participation de la femmes (Rwenge, Njeri et Maina, 2013). En effet, dès le XVIIe siècle, Rajemison, (1995) signale que leur présence est devenue

importante dans les domaines commerciaux. L'ampleur grandissante du phénomène entrepreneurial des femmes a parallèlement suscité beaucoup d'interrogations dans le monde scientifique afin de cerner ses particularités. C'est ainsi qu'une abondante littérature lui est consacrée depuis plus d'une trentaine d'années (Nicole Biloa Fouda, 2014).

Dans cette section, nous revisitons quelques-uns de ces écrits afin de mettre en lumière un ensemble de sujets récurrents qui ont préoccupé (et préoccupent encore) le monde scientifique. Mais, il nous semble important de présenter, en premier lieu, l'évolution de la recherche en entrepreneuriat féminin dans le temps.

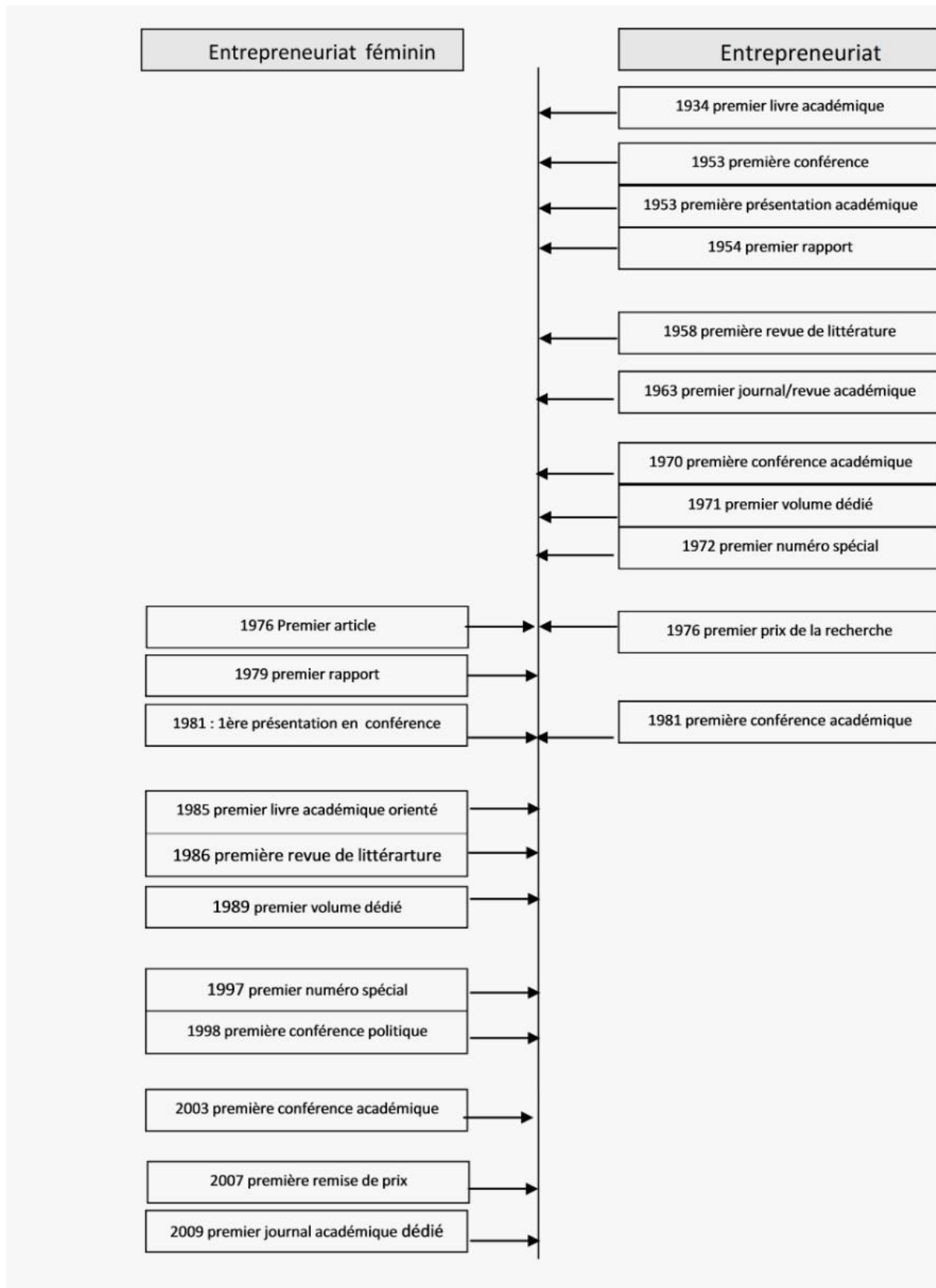
§1. Evolution de la recherche en entrepreneuriat féminin

Il existe différentes classifications des principaux thèmes de recherche étudiés dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin (Santoni, 2016). Nous prenons celle de Léger-Jarniou (2013) ainsi que celle de Ahl, Henry, et Foss (2015).

L'auteure propose une classification chronologique. La recherche en entrepreneuriat féminin a évolué, selon cette auteure, sur trois périodes : Les deux premières (1970-1980 et 1990) se concentrent sur des comparaisons hommes-femmes étudiant leurs motivations, leurs caractéristiques personnelles et leurs expériences, sur la base de l'idée que la norme entrepreneuriale est une norme masculine (Brush, 1992; Ahl, 2006; De Bruin et collab., 2007). La période la plus récente (depuis les années 2000) apporte une diversification des thèmes abordés : la recherche est axée sur les femmes elles-mêmes et semble davantage soutenue par les décideurs. Les résultats ont montré que les femmes entrepreneurs sont un groupe hétérogène, avec des expériences, des aspirations et des expériences différentes (Marlow et Carter, 2004), et finalement leurs similitudes avec les hommes sont plus importantes que leurs différences (Ahl, 2006 ; Brush, 1992 ; MalachPines et collab., 2010, Ahl et Marlow, 2012 ; Constantinidis, 2010 ; Arasti, 2008 ; Lebègue, 2011).

De même, Ahl et collab., (2015), dans leur revue de la littérature complète ont identifié trois périodes pour suivre l'évolution de la recherche en entrepreneuriat féminin et expliquer les différences entre les études.

Figure 2: L'évolution de la recherche en entrepreneuriat féminin en relation avec l'entrepreneuriat



Source : Jennings et Brush, 2013, cité par Rachdi, 2016.

Le tableau ci-dessous retrace cette évolution, en récapitulant les tendances générales par période :

Tableau 2 : Evolution de la recherche en entrepreneuriat féminin et les tendances générales par période

	1^{ère} Période : 1983-1992 (n = 40 articles)	2^{ème} Période : 1993-2002 (n = 81 articles)	3^{ème} période : 2003-2012 (n=214 articles)
Sujets	Les recherches sont principalement axées sur les profils des femmes entrepreneures (âge, situation matrimoniale, famille, éducation, expérience, traits de personnalité et attitudes).	Le thème dominant est la « performance » (20 études), suivi par le processus entrepreneurial, la famille et les pratiques de gestion. Quelques études sur les attitudes / intentions (4), réseaux (2) traits (2) et les programmes d'entrepreneuriat (1).	La principale thématique est le financement (33 recherches), la performance (19), la motivation (17) et les groupes ethniques / minoritaires (17). Nous constatons aussi l'émergence de recherches portant sur l'influence contextuelle, la formation l'éducation, la famille et l'identité entrepreneuriale féminine, le capital social, l'incubation et l'entreprise sociale.
Secteur	Principalement des services / commerces de détail, malgré que la majorité des études ne précisent pas le secteur ou le type d'entreprise étudiée.	Principalement des services / commerces de détail, malgré que la majorité des études ne précisent pas le secteur ou le type d'entreprise étudiée.	La majorité des études ne spécifie pas le secteur. Et quand c'est spécifié généralement c'est les services ou la technologie.
Origine des recherches	Articles anglo-saxons, avec plus de la moitié des études des États-Unis / Royaume-Uni.	Les articles sont principalement des États-Unis / Royaume-Uni (52), mais certaines études commencent à émerger de l'Europe, de l'Australie, Moyen- Orient et en Asie. Un petit nombre d'études comparatives de pays, est notés, à savoir au Royaume-Uni / France, Nouvelle-Zélande / Norvège.	L'orientation géographique est sur le «Big Three» (US / UK / Australie) (n = 108), mais la portée géographique se développe pour inclure de nouvelles régions telles que l'Afrique subsaharienne.

Approche méthodologique et méthodes	La majorité des recherches est descriptives et exploratoire. En s'appuyant sur des méthodes quantitatives, avec seulement 4 recherches purement qualitatives.	Principalement des recherches explicatives, avec certaines à vocation descriptive et exploratoire. Les méthodes utilisées sont partagées entre quantitatives (64 documents) et qualitatives voire même mixtes.	Des recherches à vocation descriptive ou explicatives. Les méthodes utilisées sont partagées entre quantitatives et qualitatives (73 études) voire même mixtes (31 recherches).
Objet des recherches	Principalement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes propriétaires d'entreprises.	Principalement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes propriétaires d'entreprises.	Principalement des hommes et des femmes propriétaires d'entreprises. Emergence des recherches portant sur les femmes seulement, en offrant des comparaisons intra-groupes.

Source : Source : Adapté de Ahl et collab., 2015⁶ p. 42 ; Cité par Rachdi, F., 2016.

⁶ Ahl a effectué une revue de littérature systématique, sur 335 articles publiés dans 19 revues scientifiques sur la période allant de 1983 à 2012.

Selon Rachdi (2016, p.38) « Nous constatons que les recherches récentes plaident pour la définition d'un cadre d'analyse multidimensionnel spécifique à l'analyse de l'entrepreneuriat féminin, se détachant ainsi des recherches antérieures qui ont été construites à partir d'études principalement comparatives (homme/femme) sans intégration de la notion du « genre », définie comme une construction sociale, ce qui a conduit à des résultats disparates voire contradictoires».

Carrier et collab., (2006, p.45) expliquent les dissensions des résultats par des raisons :

« Temporelles (décalage temporel entre les études : certaines ont 10 ans d'autres 20 ans et plus) ; Culturelles (différents pays, de facto des environnements et contextes culturels différents) ; Méthodologiques (utilisation des études qualitatives et quantitatives, taille de l'échantillon, rareté des études longitudinales...) ».

Dans cette lignée, De Bruin et collab., (2007) proposent que l'accroissement du nombre des femmes entrepreneures et l'expansion des recherches académiques sur le sujet nécessitent des cadres de recherches à la fois spécifiques et universelles, d'où la nécessité de mentionner les spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la littérature.

§2. Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la littérature

Afin de comprendre l'état de l'art de la recherche entrepreneuriale féminine, nous essayons dans les paragraphes suivants d'analyser une série d'études sur les différents sujets des femmes entrepreneures. Ces sujets comprennent les profils des femmes entrepreneures, les caractéristiques de leurs entreprises ainsi que leurs motivations à entreprendre.

1. Les profils des femmes entrepreneures

Au cours des deux dernières décennies, les principales caractéristiques identifiées par de nombreux chercheurs indiquent que les femmes entrepreneures sont

généralement mariées, ont des enfants à charge, sont bien éduquées et sont parfois plus âgées que les femmes salariées. Brush et Bird (1996) ont découvert dans leurs recherches qu'aux États-Unis, 70% des femmes entrepreneures sont fondatrices. Elles ont plus de 10 ans d'expérience et ont entre 45 et 55 ans. De multiples études (Carrington, 2004 au Canada; Légaré et St-Cyr, 2000 au Canada; Minniti, Arenius, et Langowitz, 2005) ont également montré que les femmes entrepreneures sont généralement plus jeunes. Par exemple, Minniti et collab., (2005) en comparant l'image des femmes entrepreneures dans plusieurs pays, il est confirmé que les femmes au stade initial sont généralement plus jeunes que les femmes occupant des postes de direction dans des entreprises établies ou matures.

D'autres études examinent le niveau d'éducation des femmes entrepreneures. Elles montrent que les femmes entrepreneures sont généralement bien éduquées. Tan (2007) a dessiné le portrait des femmes entrepreneures dans l'industrie chinoise de la haute technologie et conclut que ces femmes étaient très instruites et qu'elles avaient plus d'expérience professionnelle dans d'autres secteurs. Selon Naser, Mohammed, et Nuseibeh, (2009), la femme entrepreneure a un niveau d'éducation supérieur à celui de toutes les femmes. Dans l'ensemble, les recherches montrent que les femmes entrepreneures ont des diplômes supérieurs (St-Cyr et Gagnon, 2003), mais dans des disciplines moins techniques : littérature, psychologie, etc., et une expérience dans des domaines autres que leurs secteurs d'activités (Minniti et collab., 2005). Le niveau de diplôme ne semble pas avoir d'effet statistiquement significatif sur leur intention entrepreneuriale (Guyot et Lohest, 2007).

Dans son étude, Le Loarne-Lemaire (2013, p.107) mentionne d'ailleurs que « *les femmes entrepreneures ont d'une manière générale moins d'expérience professionnelle dans leur domaine d'activité, mais cela a moins d'influence sur la décision de création et plus sur les moyens à mettre en place pour y parvenir* ». Plusieurs études (Dechant et Lamky, 2005 au Bahrain et Oman; Alam, Mohd Jani et Omar, 2011 au Malaisie; McElwee et Riyami, 2003 en Oman; Weeks, 2009 en Moyen Orient et Nord d'Afrique; Lituchy et Reavley, 2004 en Pologne et République Tchèque) un peu partout dans le monde, arrivent au même constat.

Des chercheurs ont étudié le profil des femmes entrepreneures de manière spécifique. Ils ont souligné que les entrepreneurs féminins manquaient de compétences en gestion (Itani, Sidani, et Baalbaki, 2011), de connaissances des conditions du marché et de formation de base pour diriger une entreprise (Roomi, Harrison et Beaumont-Kerridge, 2009).

Carrier et collab., (2006) ont constaté que les femmes ont besoin plus de formation parce qu'elles possèdent moins d'expérience, soit dans le secteur d'activités dans lequel elles œuvrent ou dans ce qui a trait à la gestion.

2. Les caractéristiques de leurs entreprises

La tendance générale est que les entreprises féminines sont généralement plus petites (en termes d'indicateurs financiers ou de nombre d'employés) (Carrington, 2006), enfin, elles se trouvent dans les services et la vente au détail (Tahir Metaiche, 2013; Saleh, 2012) et moins présentent dans la fabrication et la construction (Fairlie et Robb, 2009 ; GEM, 2010). Certains chercheurs pensent que le choix du secteur des femmes entrepreneures est dû à des contraintes financières, à leur expérience dans le secteur d'activité choisi ou à leurs préférences personnelles (Fairlie et Robb, 2009). S'ajoute à cela, le taux de croissance des entreprises féminines est également assez lent (Rooney, Lero, Korabik et Whitehead, 2003). Selon Watson (2006), cette caractéristique ne constitue pas nécessairement un signe négatif, car bien que la croissance des entreprises des femmes soit plus lente, elles continuent de croître régulièrement pendant une période plus longue.

2.1. Selon la taille des entreprises

En ce qui concerne la taille et le développement des entreprises féminines, il convient de tenir compte du fait que ces études se sont généralement intéressées à des petites structures, comme le prétendent plusieurs études (Carrington, 2004, Canada; Coleman, 2002, États-Unis; Lee-Gosselin et collab., 2010 , Canada; Constantinidis et Cornet, 2004, Belgique, AFEM, 2015, Maroc). St-Cyr et Hountondji (2003) ajoutent qu'au Canada ces entreprises sont plus petites tant en termes de chiffre d'affaires qu'en

nombre d'employés. De même, Alam et collab., (2011) constatent que la plupart des entrepreneures en Malaisie sont de petites entreprises avec très peu d'employés. Dans la même veine, en Jordanie, une étude révèle que 75% d'entreprises en possession de femmes sont basées à leur domicile et 66%, sont des micro-entreprises de moins de 10 salariés (Al-Alak et Al-Haddad, 2010). Dans le même ordre d'idées, une étude menée dans six pays africains montre que les femmes entrepreneures au Botswana, au Kenya, au Lesotho, au Malawi, au Swaziland et au Zimbabwe possèdent principalement des micro-entreprises (Ndemo et Maina, 2007).

Ce phénomène ne se limite pas aux pays en développement. Par exemple, en Norvège, Spilling et Berg (2000) constatent que la plupart des entreprises appartenant à des femmes sont de petite taille avec un chiffre d'affaires faible (Watson, 2002, 2003, Australie; Greene et collab., 2001, Etats Unis; Carrington, 2006, Canada). Également, une étude sur les entreprises des femmes américaines a montré que près de la moitié de ces entreprises avaient un revenu annuel inférieur à 1 million de dollars (Bledsoe et Oatsvall, 2010).

Pareillement, en France, 97 % des entreprises sont des très petites entreprises et plus de la moitié des femmes travailleuses indépendantes (55 %) sont dirigeantes de micro-entreprises n'employant qu'elles-mêmes (Fouquet, 2005 ; Lebègue, 2015).

De même, Cornet et Constantinidis (2004), dans leur article *Entreprendre au féminin*, confirment que les femmes entrepreneures travaillent souvent seule (51,2 %). 42,75 % ont de 1 à 10 salariés. Elles sont donc majoritairement dans le monde des TPE et des micro-entreprises. De même, Jennings et Mc Dougald (2007) ont trouvé que les femmes ont de plus petites entreprises et dégagent moins de chiffre d'affaires.

Également, les TPE représentent un champ d'investigation important, en effet, selon Paradas, Debray, Fourcade et Polge (2019, p.121), « *les TPE sont considérées comme outils de recherche (Goy, 2006 ; Dupuis et collab., 2006), selon ces auteurs, l'observation peut se faire dans de meilleures conditions et offre dans ce cadre des occasions de traduire des problématiques sociétales de manière beaucoup plus directe, vivante, et intelligible, que par référence au cadre habituel des grandes entreprises* ».

2.2. Selon le secteur d'activité des entreprises

Dans la littérature, la majorité des études (Légaré et St-Cyr, 2000, Canada; Laufer, 2004, France; Fouquet, 2005 France; Constantinidis et Cornet, 2004, Belgique) montrent que les femmes entrepreneures ont tendance à travailler dans des secteurs dits traditionnels, tels que le secteur des services et le commerce de détail. L'étude de Davis et Abdiyeva (2012) indique cette tendance. Selon ces auteurs, les femmes entrepreneures Kazakhs dirigent principalement des entreprises spécialisées dans le commerce de détail et des services. De même, une étude américaine mentionne que 90,9% des femmes entrepreneures interrogées sont principalement engagées dans le secteur des services et du commerce de détail (Bledsoe et Oatsvall, 2010). Les résultats d'autres études effectuées dans d'autres régions confirment ces résultats. Par exemple, Weeks (2009), dans une étude sur les femmes entrepreneures au Liban, aux Émirats arabes unis, en Tunisie et en Jordanie, trouve que la plupart des femmes dirigent des entreprises dans le secteur des services aux personnes et celui du commerce de détail.

Même constat dans une étude réalisée en Jordanie, 60% des entreprises appartenant à des femmes appartiennent au secteur des services personnels et non durables (Al-Alak et Al-Haddad, 2010). Il en va de même pour l'étude de Lituchy et Reavley (2004) qui a été menée en Pologne et République Tchèque. Par exemple, en Pologne, les entreprises appartenant à des femmes sont concentrées dans le secteur des ventes, des services et des ressources humaines (Zapalska, 1997), tandis qu'en Ouganda, Snyder (2003) constate que les entreprises féminines sont principalement impliquées dans le secteur de l'artisanat, le textile et l'habillement, et l'agriculture. Certains expliquent cette tendance par le fait que de nombreuses femmes ne peuvent pas choisir le type d'activités qu'elles souhaitent exercer, notamment en raison de leur capital financier et social relativement faible. Leurs réseaux sont souvent peu développés, leur niveau d'éducation faible, ils ont peu d'expérience et moins d'options pour le choix du secteur d'activité. Kamdem et Ikellé (2011, Cameroun) soulignent dans leur étude également que les entreprises féminines restent concentrées dans les secteurs traditionnellement destinés aux femmes à savoir l'artisanat, les services et le petit commerce.

Toutefois, malgré la prévalence des femmes entrepreneures dans les secteurs traditionnels (services et commerce de détail), de nombreuses études ont commencé à souligner, à partir des années 90, que l'attrait pour ces secteurs tend à diminuer au Québec (Ratté, 1999). En effet, les femmes travaillent dans tous les secteurs de l'économie, en particulier dans les secteurs non traditionnels (Tan, 2008, Chine ; Carter et collab., 2003, Royaume-Uni). Même si les femmes entrepreneures sont minoritaires dans ces secteurs, St-Cyr (2002, Canada) montre que la présence des femmes dans le secteur industriel est en augmentation.

En ce sens, Minniti et collab., (2005) expliquent que même si la présence d'hommes et de femmes dans les différents secteurs de l'économie est identique, des différences significatives subsistent dans l'échantillon d'hommes et de femmes au sein de chaque secteur. En effet, la part des femmes est plus élevée dans le secteur des services et du commerce tandis que celle des hommes est plus élevée dans le secteur manufacturier.

2.3. Selon la croissance des entreprises

Il existe des différences dans la littérature sur ce caractère unique, qui est une caractéristique de la croissance des entreprises féminines. Certains chercheurs pensent que la croissance des entreprises est un choix personnel pour les femmes qui ne souhaitent pas développer davantage leur entreprise, alors que d'autres considèrent que la croissance semble être une option rarement privilégiée pour les femmes en raison du type d'entreprise. Par exemple, en Inde, les femmes ne veulent pas développer leur propre entreprise car elles pensent qu'une entreprise à forte demande nuira à l'harmonie des relations familiales (Mitra, 2002). D'autres études ont également conclu que les femmes choisissent souvent d'investir dans des structures non évolutives et à faible taux de croissance (Tan, 2008). De même, une étude britannique a révélé que les femmes ont tendance à diriger des entreprises à potentiel de croissance limité (Roomi et collab., 2009). Une étude menée en Afrique explique ce phénomène par le fait que les femmes entrepreneures dans certains pays ne sont pas en mesure d'atteindre leurs objectifs de croissance car elles dépendent de leur conjoint. Cette étude révèle que le fait que le mari

contrôle les ressources familiales prive les femmes de leur pouvoir de décision et porte atteinte à leur liberté de choisir le meilleur pour leurs entreprises (Ndemo et Maina, 2007).

Cependant, certaines études révèlent des exceptions, comme celle de Weeks (2009, Moyen Orient et Nord d'Afrique) qui montre que près de la moitié des femmes entrepreneures interrogées exportent leurs produits à l'étranger. Il déclare également que leurs entreprises ont de nombreux employés et que la majorité d'entre elles se concentrent sur la croissance.

Plus généralement, les recherches aboutissent souvent à la conclusion selon laquelle le taux de croissance est plus bas pour les entreprises féminines, ce que les relie fréquemment à des facteurs relatifs au capital investi (Boden et Nucci, 2000 ; Fairlie et Robb, 2009) ou en raison des responsabilités familiales.

3. Les motivations des femmes entrepreneures

Les motivations des femmes entrepreneures à démarrer des activités entrepreneuriales ont reçu une attention particulière dans la littérature (Buttner et Moore, 1999, Etats Unis; Sarri et Trihopoulou, 2005, Grèce; Brindley, 2005; Arasti, 2008 Iran). Elles sont l'un des facteurs clés pour la création et le développement des entreprises (Timmons et Spinelli, 2003). La littérature révèle deux types de motivations pour démarrer des activités entrepreneuriales : des motivations «de nécessité » et des motivations « d'opportunité » (Alstete, 2003) ou les facteurs négatifs et positifs, comme le soulignent Deakins et Whittam (2000).

En premier lieu, les facteurs « push » (ou négatifs) (autrement extrinsèques) sont définis comme des facteurs associés à une nécessité qui pousse une femme à choisir une activité indépendante. Selon Giacomini et collab., (2016), ces facteurs peuvent inclure le chômage, une absence d'alternative afin de répondre à ses besoins individuels ou familiaux, un besoin de flexibilité professionnelle, un divorce, une insécurité dans l'emploi actuel, une insatisfaction professionnelle ou personnelle, un besoin de reconnaissance sociale, la pression familiale (Laufer, 2004, France; Ahuja, 2005, Etats Unis ; Alstete, 2003; Orhan et Scott, 2001, France; DeMartino et Barbato, 2003 ; Bird

et Brush, 2002, Etats Unis; Krat, 2003; Burke, 1997 ; Carsrud et Brännback, 2011 ; Evans et Leighton, 1989 ; Gilad et Levine, 1986 ; Kirkwood, 2009 ; Kirkwood et Campbell-Hunt, 2007 ; Kobeissi, 2010 ; Kumar, 2007 ; Mallon et Cohen, 2001 ; Mason, 1989 ; Noorderhaven et collab., 2004 ; Ritsilä et Tervo, 2002).

En deuxième lieu, les facteurs «pull» (ou positifs) sont ceux liés à une opportunité (Orhan et Scott, 2001) et aux aspirations entrepreneuriales (Deakins et Whittam, 2000), motivées par des envies, des choix et des objectifs professionnels souhaités et constructifs pour l'individu, par le désir d'indépendance, par la découverte d'une opportunité de marché, par la recherche de profit ou le désir d'être son propre patron (McClelland et collab., 2005 ; Kirkwood, 2009 ; Kirkwood et Campbell-Hunt, 2007).

3.1. Motivations de nécessité (Push, négative, ou extrinsèque)

Un grand nombre d'études montre que les femmes dans les pays en développement semblent être soumises à entreprendre par nécessité, comme le montrent les exemples suivants : selon McClelland et collab., (2005), dans les pays en développement, les facteurs « de nécessité » semblent être plus courants. Également, MalachPines et collab., (2010) soutiennent ce point de vue et constatent que les femmes dans les pays en développement sont souvent affectées par des motivations « push ». Par exemple, Nene Kane (2009) identifie certains facteurs influençant le choix entrepreneurial des femmes mauritaniennes. La création d'entreprises par les femmes mauritaniennes répond largement aux besoins économiques. L'auteure estime que grâce à une activité indépendante, les femmes mauritaniennes cherchent principalement à améliorer la situation, à lutter contre la pauvreté et à soutenir leurs familles. De même, Au Liban et en Iran, les femmes ont choisi le travail indépendant en raison de la frustration professionnelle et du manque de possibilités d'emploi (Jamali, 2009; Arasti, 2008).

Un autre cas de figure réside dans le fait que les pays avec des taux élevés de pauvreté et un risque accru de conflits ont plus d'entrepreneurs motivés par la nécessité. Par exemple, une étude au Sri Lanka montre que de nombreuses femmes pauvres ont

été obligées de travailler à leur compte après avoir perdu leurs maris dans la guerre (Ayadurai et Sohail, 2006). De même, au Liban, Jamali (2009) souligne qu'après la guerre les femmes libanaises étaient obligées de choisir des activités entrepreneuriales, parce que le revenu d'un seul membre de la famille n'était plus suffisant pour supporter le coût de la vie. Un autre exemple est la Russie où, après la désintégration de l'Union Soviétique, le chômage, qui frappait les femmes en particulier, et le manque d'opportunités de travail ont poussé beaucoup d'entre elles à se lancer dans une activité indépendante (Izyumov et Razumnova, 2000). Cependant, certaines études contredisent (Dechant et Lamky (2005) ; Naser et collab., (2009)) ces résultats et prouvent que les motivations « par nécessité » ne sont pas une tendance dans les pays en développement (Reynolds et collab., 2002; Dhaliwal, 1998), puisque ces études indiquent que les femmes, peuvent être motivées par nécessité ou par opportunité quelle que soit leur appartenance géographique. En ce sens, Glenice et Davidson (2011) trouvent qu'en Australie, l'activité entrepreneuriale féminine est la cause souvent d'une nécessité plutôt que d'une opportunité. Également, Zapalska (1997) constate que de nombreuses femmes polonaises deviennent entrepreneures en raison de facteurs «de nécessité ».

3.2. Motivations d'opportunités (Pull, positive ou intrinsèque)

Un nombre important d'études trouve que dans les pays industrialisés (comme la France, la Grande-Bretagne et les Etats-Unis), les femmes sont plus attirées vers l'entrepreneuriat par choix plutôt que par contrainte. Alors que d'autres études contredisent cette observation. A titre d'exemple, l'étude menée par Dechant et Lamky (2005) sur les femmes entrepreneures au Bahreïn et à Oman, révèlent que ces femmes sont complètement affectées par des facteurs «d'opportunité» (tels que l'occasion, le besoin de l'accomplissement, la réalisation de soi et le désir d'aider les autres). Naser et collab., (2009) ont souligné le même point. Ils ont constaté que les facteurs «d'opportunité» étaient les principales motivations des femmes des Émirats arabes unis à devenir entrepreneures. Une étude au Ghana a montré que les femmes entrepreneures évaluaient la réussite personnelle plus que les autres motivations (Dzisi, 2008). Les femmes Kazakhs sont également convaincues que le motif «d'opportunité» est le

principal catalyseur de l'entrepreneuriat, comme le désir de devenir indépendant et de devenir son propre patron (Davis et Abdiyeva, 2012).

Une différence peut être faite entre l'entrepreneuriat par «nécessité» et par «opportunité» en lien avec l'origine géographique des femmes (Malach-Pines et collab., 2010). En effet, des études soutiennent que les motivations par opportunité sont plus répandues chez les femmes appartenant aux pays riches et développés (Légaré et St-Cyr, 2000, Canada; Ratté, 1999, Québec; Carrier et collab., 2006).

Enfin, Rachdi (2016) a établi une série des sources de motivations des femmes entrepreneures. (Tableau 3)

Tableau 3 : Les sources de motivations des femmes entrepreneures

	Motivation pull	Motivation push
Femmes entrepreneures	-Désir de réussite -Désir d'être indépendante -Satisfaction professionnelle -Besoin d'accomplissement (Brush et Hisrich, 1991) -Flexibilité (DeMartino et Barbato, 2003)	- Conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle (Goffee et Scase, 1992 ; Chaganti, 1986 ; Birley, 1985 ; Holmquist et Sundin, 1990) -Nécessité économique (Brush et Hisrich, 1991) -Insatisfaction du travail salarial (Marlow, 1997) -Le plafond de verre

Source : Rachdi, 2016.

3.3. Dichotomie entrepreneuriat par nécessité/ opportunité

Récemment, de plus en plus de chercheurs ont soulevé la question de la dichotomie entrepreneuriat par nécessité/ entrepreneuriat par opportunité et le

positionnement des entrepreneurs par rapport à celle-ci. La plupart des recherches qui se sont concentrées au sujet des dynamiques nécessité-opportunité se penchent essentiellement sur les motivations de choisir d'entreprendre sans s'interroger, sur les éléments qui aideront à comprendre le positionnement des entrepreneurs par rapport à ce positionnement dynamique. Selon Audretsch (2003), l'analyse de la motivation entrepreneuriale ne se concentre pas toujours sur tous les facteurs susceptibles d'affecter le choix entrepreneurial d'un individu. L'analyse des modèles push-pull se limite généralement à certains facteurs personnels ou professionnels (chômage, emploi instable). Néanmoins, l'analyse de la motivation ne peut se limiter à l'influence de ce type de facteurs (Mason, 1989). De plus, peu d'études ont considéré que les caractéristiques socio-économiques des créateurs pour explorer l'entrepreneuriat d'opportunité ou d'occasion (Bhola, Verheul, Thurik et Grilo, 2006). A titre d'exemple, L'étude de Bhola et collab., (2006) et Wagner (2005) montrent le fait d'avoir des parents entrepreneurs, rend plus facile l'entrepreneuriat d'opportunité plutôt que de nécessité. Le fait de profiter d'un réseau entrepreneurial est plus spécifique aux entrepreneurs d'opportunité que de nécessité (Robichaud, Mc Graw et Roger, 2005).

Dans le même ordre d'idées, Giacomini et collab., (2007) constatent que la dichotomie de l'entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité a ses limites. Parce que la motivation peut être d'opportunité pour une personne et peut être de nécessité pour une autre (Hughes, 2003). Sur la base de cette observation, Giacomini et collab., (2011) ont tenté d'examiner les caractéristiques socioéconomiques et le choix d'une activité entrepreneuriale d'opportunité et de nécessité au niveau individuel. Ils ont prouvé que la motivation de nécessité et d'opportunité peuvent avoir différentes significations en substance. En d'autres termes, les activités (nécessité et opportunité) peuvent prendre différentes formes. Les résultats de leurs recherches montrent également, que le statut social et l'expérience personnelle des entrepreneurs affectent leur positionnement en termes de l'activité nécessité- opportunité, tant en intensité qu'en modalité. De même, la dichotomie nécessité-opportunité semble être affectée par certaines caractéristiques individuelles (telles que l'âge ou le statut de l'individu).

Les travaux de Giacomini et collab., (2007, 2011) ont suscité l'intérêt des gens, ils ont débattu de la nécessité- opportunité et de la position qui en résulte de la dichotomie des activités entrepreneuriales. Selon Giacomini et collab., (2011) Compte tenu du statut personnel et socio-économique du créateur, il peut exister une troisième forme d'entrepreneuriat, à savoir l'entrepreneuriat de loisir. Selon ces auteurs, ce résultat ouvre la porte de l'hypothèse d'un *trinôme* entrepreneurial « push-pull-leisure » (p.27).

Après avoir clarifié la notion de l'entrepreneuriat féminin à travers une revue de la littérature. Dans la section suivante, nous exposons des thèmes concrets liés au Maroc qui constitue notre contexte. Dans un premier temps, nous présentons la situation des femmes marocaines impliquant une série de facteurs de base afin que nous puissions ensuite étudier et comprendre leur situation par rapport aux activités entrepreneuriales. Dans un deuxième temps, nous proposons une vision générale de l'entrepreneuriat féminin et de son développement au Maroc à travers une panoplie d'études et de rapports traitant spécifiquement de ce phénomène.

Section 3 : Entrepreneuriat féminin : Eléments de contextualisation

La démarche de création n'est pas indépendante des propres caractéristiques de la créatrice, mais, également du contexte dans lequel elle évolue. Pour nous permettre de situer la femme entrepreneure marocaine dans son contexte, un ensemble d'éléments doivent être analysés en lien avec sa situation au sein de la société marocaine. Dans cette section, nous relevons plusieurs facteurs contextuels susceptibles d'influencer l'activité professionnelle des femmes marocaines, notamment légaux, économiques et sociaux. Ensuite, nous exposons l'évolution de l'entrepreneuriat féminin au Maroc à travers un ensemble d'études et de rapports consacrés à ce phénomène.

§1. La femme marocaine : une réalité à contextualiser

Afin d'analyser la situation des femmes dans la société marocaine, nous nous référons aux derniers changements juridiques concernant les droits et devoirs des

femmes marocaines. Sans oublier que les facteurs économiques et socioculturels affectent également le statut des femmes dans la société et leurs activités professionnelles. Cette analyse est basée à la fois sur des données factuelles et sur une série d'études sur la situation des femmes au Maroc.

1. La situation légale

Le statut légal des femmes marocaines a suscité de nombreuses controverses. L'inégalité de genre spécifiées dans les textes juridiques est non seulement légale mais également considérée comme sacrée, car il existe un lien direct entre les lois marocaines, le Coran (parole de Dieu), le hadith (paroles et vécu du Prophète que la paix et le salut soient sur lui) et le fiqh (droit musulman) (Benradi, 2006). Cependant, avec la vague de ratification des conventions internationales et la mobilisation des associations de femmes et de la société civile, les questions féminines ont été placées au premier plan de la scène publique (Mejjati Alami, 2001). Depuis l'indépendance du pays, le mouvement des femmes a condamné le caractère extrêmement patriarcal du Code de la famille qui a établi la relation hiérarchique de genre et la répartition des rôles entre les sexes (Enhaili, 2006). Les pressions internes et externes ont conduit aux premiers changements juridiques depuis les années 90, mais depuis l'année 2002, le rythme des réformes légales s'est accéléré pour réviser les textes importants pour les droits des femmes (Code de la famille (2004), Code de procédure pénale (2002), Code du travail (2003), Code pénal (2003), Code du commerce (2003), et le code de la nationalité (2007)).

Ce code a été promulgué en 1957/58 et légèrement modifié en 1993, prouvant que le statut juridique des femmes est faible. Ses dispositions discriminatoires ont soutenu davantage ce code, qui pendant des décennies a gravement violé les droits, la dignité et la liberté des femmes (Naciri, 2006). Il place les femmes dans un état « subordonné » et les retient comme mineures dans la sphère familiale, tandis que la Constitution et le droit public leur accordent les mêmes droits que les hommes (Benradi, 2006). Après un débat de plus de vingt ans, la réforme du code de la famille entre en application en 2004. Après plus de deux décennies de débat, la réforme du code de la famille est entrée en vigueur en 2004. L'objectif principal de cette réforme est de rendre

le code plus égal aux femmes (Bras, 2007). Plusieurs changements ont eu lieu directement dans le statut des femmes, mais ils n'ont jamais violé les lois de la charia. Trois principes importants ont été établis : l'égalité juridique du genre, les responsabilités conjointes au sein du couple et l'accès des femmes à la majorité de la société. La nouvelle version du code de la famille abolit la tutelle du mariage, limite la polygamie, impose le divorce judiciaire et, entre autres, exempte l'épouse de l'obligation de son mari d'obéir.

La réforme du code du travail a également franchi une étape importante pour les femmes marocaines. L'ancien "code du travail" contient des dispositions discriminatoires à l'égard des femmes. Par exemple, une femme marocaine ne peut pas se livrer à des activités ou à des services sans la permission de son mari s'il estime que le travail de la femme n'est pas propice aux intérêts de la famille. Le nouveau code du travail (2004) a supprimé cette restriction. Il a également subi des changements majeurs pour permettre la mise en œuvre de certaines mesures directement liées au statut de la femme marocaine, telles que : consécration du principe de la non-discrimination dans l'emploi entre hommes et femmes, salaires ... ; le congé de maternité est désormais de 14 semaines au lieu de 12 semaines ...

De même, le code de la nationalité a été modifiée en 2007 pour permettre aux femmes marocaines de transmettre leur nationalité à leurs enfants.

Enfin, il est important de souligner qu'au niveau du Code électoral, la modification est également significative. L'objectif principal de celle-ci est d'encourager un grand nombre de femmes à participer aux élections locales et nationales. A la suite de cette réforme, la représentation des femmes au parlement est passée de moins de 1% à environ 11% (Banque mondiale, 2012).

2. La situation économique

Sous la protection du protectorat français, les femmes marocaines ont pu se déplacer de chez elles vers des lieux publics, du travail à domicile au travail à l'extérieur dans divers domaines (notamment l'agriculture et l'industrie textile) (Barkallil, 2005). Depuis l'indépendance, le développement accéléré du phénomène d'urbanisation du

pays et l'éducation accrue des filles ont été les principaux facteurs qui ont ouvert la porte au marché du travail pour les femmes (Bihass, Cherif et Jammari, 1997). Depuis, les femmes marocaines sont devenues de plus en plus actives en dehors de leur foyer. Au départ, ils ont investi dans des domaines et des industries liés aux rôles traditionnels (Zirari, 2006). Par conséquent, la broderie, la couture et le tissage étaient les principales activités des femmes, les privant de leur contribution directe au pouvoir et à la prise de décision (Chaoui, 1998).

2.1. Le taux d'activité féminine

À l'heure actuelle, les activités des femmes connaissent un tournant remarquable. Au fil des années, le profil des femmes actives a relativement changé et évolué (RDH : Rapport du Développement Humain, 2005). Les femmes marocaines se sont progressivement intégrées dans tous les secteurs avec leurs propres compétences et motivations. Elles sont devenues des consultantes, des ingénieures, des avocates, des médecins, des entrepreneures, etc. (Benzakour Chami, 1998 ; Gray, Foster et Howard 2006). En fait, la société marocaine accorde de plus en plus d'attention au travail des femmes. De nos jours, de nombreux hommes acceptent facilement que leurs femmes travaillent en dehors de leur foyer (Haut-Commissariat au Plan, 2013). Depuis les années 80, en raison du degré élevé de féminisation dans certains secteurs économiques, l'activité féminine était en augmentation (Assad, 2006). Néanmoins, ce taux a régressé depuis le début des années 2000. Ce taux reste largement inférieur à celui des hommes (tableau 4).

Tableau 4 : Taux annuel d'activité selon le sexe (%) 2018

Années	Femmes	Hommes	Ensemble
2018	22,2	70,9	46,2
2017	22,4	71,6	46,7
2016	23,6	70,8	46,4
2015	24,8	71,5	47,4
2014	25,7	72,3	48,3
2009	25,8	75,3	49,9
2005	27,9	76,9	52,1
2000	28,1	78,9	53,1

Source : Enquête nationale sur l'emploi, HCP (Direction de la Statistique), 2018.

Le tableau montre clairement que la participation économique des femmes a diminué ces dernières années : le taux de participation des femmes est passé de 28,1% en 2000 à 25,7% en 2014 et à 22,2% en 2018. En effet, les femmes sont moins nombreuses sur le marché du travail, en raison de la répartition traditionnelle des rôles, l'augmentation de la scolarité et son prolongement (en particulier dans les zones urbaines) et les pratiques discriminatoires sur le marché du travail. Un autre facteur du faible taux de participation des femmes marocaines à la vie professionnelle est l'état matrimonial. (Il y a moins de femmes mariées que de femmes célibataires ou divorcées, surtout dans les villes) (Ministère de l'Emploi et des Affaires Sociales, 2013, 2014). Dans l'ensemble, le travail des femmes reste encore sous-estimé au Maroc, tout comme dans d'autres pays arabes (Paterno et collab., 2008). Ceci est dû essentiellement à la nature même de l'activité féminine : travail occasionnel, saisonnier, travail à domicile, auto-emploi, aides familiales...

De même, le taux d'emploi des femmes est très faible par rapport aux hommes : selon les dernières données publiées par le Haut-Commissariat au Plan en 2018, le taux d'emploi des hommes est de 70,9%, tandis que celui des femmes n'est que de 22,2%. Cette situation ne permet pas d'évaluer avec précision la réalité de l'activité des femmes, car les statistiques officielles ne prennent pas en compte le travail des femmes dans le secteur informel.

En outre, les femmes occupent une proportion plus élevée dans les professions dévalorisées : agriculture, emplois temporaires et saisonniers, artisanat et tâches ménagères⁷. Leur accès aux postes de responsabilités et à la formation continue d'être limité (Ministère de l'Emploi et des Affaires Sociales, 2013, 2014) et leur engagement syndical reste faible (Rapport National-Beijing +20, 2015). Leur représentativité aux postes de décision en entreprises reste restreinte, mais elles sont de plus en plus présentes dans le middle management (Invest RH, 2015). La persistance des préjugés et des stéréotypes limite les opportunités d'emploi des femmes (Mejjati Alami, 2001) et les difficultés liées à la conciliation entre les responsabilités familiales et les obligations professionnelles limitent leur accès à l'emploi (Paterno et collab., 2008).

2.2. La ségrégation professionnelle

Une autre discrimination que subissent les femmes est au niveau d'emploi et des salaires. Malgré la mise en œuvre du nouveau Code de travail (2003) qui a stipulé la non-discrimination dans l'emploi et dans les salaires (Jaidi et Zirari, 2006), et nonobstant la réussite scolaire et les diplômes supérieurs, le nombre des femmes reste insuffisant dans les postes de responsabilité (Centre d'études et de recherches démographiques, 2005; Laufer, 2004). Elles sont souvent confrontées au sexisme, qui est le principal obstacle à leur libération professionnelle (Naciri, 2002). Certains dirigeants affirment que les femmes sont moins performantes par rapport aux hommes

⁷ Selon la direction des statistiques en 2013, 43,3% des activités des femmes marocaines sont concentrées dans le statut socioprofessionnel d'aide familiale. Les citadines constituent 3.3% et les rurales constituent 40%.

au travail en raison d'absences fréquentes (grossesse, accouchement, enfants, famille). Par conséquent, elles ne peuvent pas obtenir une certaine promotion, ne peuvent pas recevoir le même salaire que les hommes ayant les mêmes qualifications et ne peuvent pas occuper certains postes (Soudi, 2002).

Dans la même veine d'idées, dans l'administration publique, les femmes représentent un faible pourcentage dans les postes de décisions. Malgré que l'article 12 de la Constitution précise que «*Tous les citoyens peuvent accéder dans les mêmes conditions aux fonctions et emplois publics*» et les textes législatifs permettant aux femmes d'occuper presque tous les postes dans la fonction publique, il leur est difficile d'accéder à certaines fonctions. Même lorsqu'elles ont les mêmes qualifications et les mêmes diplômes que les hommes, le plafond de verre existe toujours (Invest RH, 2015). Elles sont moins nombreuses dans les ministères réputés «masculins» comme le Ministère de l'Intérieur. Néanmoins, les femmes sont plus présentes dans les ministères dont les compétences concernent des domaines traditionnellement considérés comme des activités féminines comme l'éducation, la santé ou la culture. Même dans ces domaines, le nombre des femmes reste faible au niveau supérieur de la hiérarchie⁸. Ce qui confirme la division sexuelle du travail.

3. La situation socioculturelle

Pendant longtemps, le rôle de la femme marocaine s'est limité à s'occuper de son foyer, de ses enfants et de son mari. Par conséquent, elle était privée de toute possibilité d'obtenir des ressources financières ou bien d'exercer certaines professions. Elle était souvent supervisée par des membres masculins de la famille. La construction de l'idéologie permettait de maintenir la forme sociale de la relation entre hommes et femmes au cours des générations, où les femmes sont souvent dévalorisées. En particulier en ce qui concerne les taux d'analphabétisme et de discrimination sexuelle dans l'éducation au Maroc.

⁸ Le taux de femmes aux postes de responsabilité est d'environ 22% dans l'administration publique en 2016 selon le Haut-Commissariat au Plan.

3.1. L'éducation et l'analphabétisme

Depuis l'indépendance, le Maroc a toujours considéré l'éducation comme une priorité absolue, de sorte que l'éducation est devenue plus accessible. Les habitants des zones rurales sont les plus touchés par l'analphabétisme. En effet, les générations d'adultes ont pu bénéficier d'une éducation complète par rapport à la génération précédente, qui était heurtée à divers freins socioculturels, malgré l'effort de scolarisation entamé après l'indépendance par les institutions gouvernementales et non gouvernementales. Ces obstacles sont plus accentués concernant la scolarisation des filles, étant donné qu'elles sont restées, depuis toujours, prisonnières d'un statut traditionnel qui leur attribue un rôle de reproduction après un mariage précoce.

Cette situation est plus courante dans le monde rural et sa valeur est étroitement liée au concept de l'honneur familial (Hachelouf, 1991). Ces dernières années, afin de renforcer leur participation au développement économique et social, l'éducation scolaire est devenue l'occasion pour de nombreuses femmes d'obtenir la libération et la réussite sociale. La scolarisation des femmes marocaines est l'occasion de mieux maîtriser leur carrière au niveau social et économique et de pouvoir obtenir des emplois générateurs de revenus (Bihas et collab., 1997).

Depuis les années 90, la scolarisation s'est considérablement améliorée. Des changements spécifiques se rapportant au taux net de scolarisation des enfants du primaire (52,4% en 1990/1991, 87% en 2003/2004 pour atteindre 97,5% en 2011/2012) (Haut-Commissariat au Plan, 2013). Ce pourcentage a stagné sur presque le même niveau en 2015/2016 (96,4%) (Haut-Commissariat au Plan, 2017). Cependant, il existe une énorme différence entre le lieu de résidence (urbain / rural) et le sexe. Selon la Banque mondiale, la pauvreté, l'isolement et la qualité des infrastructures empêchent encore une grande partie de la population, en particulier la population rurale, d'accéder à l'éducation. En outre, les filles sont plus touchées par l'analphabétisme que les garçons.

Malgré les efforts des pouvoirs publics dans le domaine de l'alphabétisation, le taux de femmes reste élevé par rapport aux hommes, notamment en milieu rural. Le taux de scolarisation des garçons dans les écoles primaires est de 94,9%, contre 94,5%

des filles en milieu urbain, 99,3% en milieu rural pour les garçons et 97,6% pour les filles (Ministère de l'Education Nationale, de la Formation Professionnelle, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (2016). Cité dans le rapport du Haut-Commissariat au Plan (2018)). Selon les données de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), le taux net global de scolarisation en secondaire dans les zones rurales est de 33,8 % et 32,8 % pour les filles en 2016. La Direction des Statistiques affirme que « *Le retard enregistré dans la scolarisation de la fille rurale ne peut être attribué au seul facteur : la mentalité des parents* » (2001, p.112). D'autres problèmes sont mis en cause par la Banque Mondiale (2008) : « *les difficultés liées à l'accès à l'école notamment l'éloignement de celle-ci, la présence de plusieurs garçons dans la famille réduit la scolarisation des filles, qui d'ailleurs revient plus chère que celle des garçons, les conditions climatiques, l'état des routes, le manque d'écoles ou de places* ». La plus importante demeure, selon la Banque Mondiale, « *le manque de moyens financiers pour subvenir aux frais d'études* ». Dans le milieu rural, les parents n'ayant pas assez de revenus préfèrent envoyer les garçons à l'école plutôt que les filles.

3.2. La place de la femme au sein de la famille

Dans la société marocaine, l'accès des femmes à la prise de décisions au niveau de la famille est encore limité. Selon Harrami (2006, p. 9) : « *En famille, selon les représentations sociales dominantes, le père doit occuper le sommet de la hiérarchie. Toute la gestion des affaires familiales doit se faire sous son contrôle. L'action de l'épouse doit être complémentaire à celle du mari et en parfaite symbiose avec sa politique familiale. C'est sous cette forme que les relations époux/épouse doivent apparaître, du moins vis-à-vis de l'extérieur* ». En ce sens, une étude a été menée sur la population et la santé familiale (EPSF) 2003-2004, a montré que le taux de participation de la femme à la prise de décisions familiales augmentait avec l'âge. Selon une autre étude, dans la plupart des cas (60,7%), les hommes prennent des décisions importantes, et dans 31,9% des cas, les hommes et les femmes prennent ensemble des décisions importantes, tandis que les femmes seules prennent rarement de décisions (AFARD : Association des Femmes Africaines pour la Recherche et le Développement, 2007).

L'étude montre également qu'en absence de mari ou d'enfants, la participation totale des femmes n'est pas si importante : 10,9% pour les femmes célibataires et 14,1% pour celles n'ayant pas d'enfants contre 56% pour les divorcées, séparées ou veuves et 49,4% pour celles ayant 3 à 4 enfants. En outre, la proportion des femmes non instruites est plus que celles ayant des niveaux secondaires ou plus avec 32,7% contre 25,4% respectivement.

Le travail rémunéré garantit aux femmes une grande autonomie. C'est un atout qui leur permet d'avoir un certain pouvoir, de jouir d'une meilleure position dans la famille et de pouvoir négocier des relations plus égales entre mari et femme. Selon une enquête menée par le ministère de la Santé (2003-2004), les femmes professionnelles ont un pouvoir de décision plus important que les femmes non professionnelles, qui sont respectivement de 41,9% et 23,7%. Dans de nombreux couples, les biens sont regroupés et gérés en commun dans une relation d'égalité. Aujourd'hui, de plus en plus de femmes exercent un travail rémunéré et participent effectivement aux dépenses du ménage, cette égalité est souvent déterminée par des choix et parfois par des contraintes (Zirari, 2006).

Dans cette voie, le Maroc a mis en place plusieurs réformes juridiques, économiques et sociales rendant la considération à la femme.

4. Les femmes à l'ère des réformes

L'amélioration des droits de la femme marocaine amenée par les réformes juridiques ont eu des retombées bénéfiques sur sa situation économique et sociale. En ce qui concerne l'activité professionnelle des femmes, la révision de la Moudawana (le droit de la famille marocaine) a nourri moult débats sur les droits et devoirs des femmes ainsi que sur leur autonomie, ce qui a concouru à faciliter et à visibiliser leurs activités professionnelles (Rachdi, 2006). Ainsi, grâce à cette nouvelle version, l'époux ne peut plus légalement empêcher son épouse d'exercer une activité professionnelle, en considérant de ce fait, la femme comme acteur principal et égalitaire à l'homme. Un principe consacré par la nouvelle constitution (2011) confirme l'Egalité et la parité entre l'homme et la femme dans les droits et libertés à caractère civil, politique, économique, social, culturel et environnemental (Haut-Commissariat au Plan, 2014). Ce qui a

renforcé la présence des femmes marocaines sur la scène économique, et a permis leur accès à plus d'autonomie financière (Martin, 2012). Martin dans son étude sur les femmes entrepreneures marocaines de la région du sud, souligne que « *l'entrepreneuriat féminin au Maroc n'a cependant émergé comme une réalité sociale qu'à la faveur de la révision de la Moudawana en 2004 et, surtout, du débat qui s'est engagé sur la légitimité d'une égalité de droit entre hommes et femmes* » (2012, p.4).

Sous cet angle, les mauvaises conditions de travail des femmes dans le salariat, la Moudawana révisée, tout comme le développement économique et social que connut le Maroc depuis quelques années (microcrédit, initiatives de développement humain, lutte contre la déperdition scolaire des filles...) sont révélateurs des changements relatifs aux outils mis en place pour encourager la participation des femmes à l'économie de marché qui sont touchées en particulier par le fléau du chômage. Par ailleurs, les décideurs marocains mettent en œuvre d'autres alternatives économiques. Actuellement, l'entrepreneuriat en général, et l'entrepreneuriat des femmes en particulier est fortement valorisé au Maroc (Bouchikhi, 2014). Selon une étude « *le Doing business, 2012* », le Maroc est un pays attractif s'ouvrant à la création de nouvelles entreprises grâce aux réformes adoptées dans le domaine de la création des entreprises qui se sont avérées comme des adjuvants très prometteurs selon cet organisme international.

Trois réformes importantes ont été mises en place afin d'appuyer ce dynamisme entrepreneurial : la garantie du droit des emprunteurs de vérifier les renseignements concernant leur solvabilité en leur donnant les moyens de contrôler l'exactitude des informations utilisées par les institutions financières pour établir leur degré de risque; la réduction du taux de l'impôt sur les sociétés de 35% à 30% en 2008, et la simplification des documents obligatoires à l'import et à l'export, réduisant les délais d'importation d'un jour (Boussetta, 2013). A coup de réformes et de lutte, en termes des droits des femmes, l'entrepreneuriat féminin a connu un saut qualitatif et s'est nettement développé ces dix dernières années en contribuant, ainsi, à la création d'emplois et de plus-value (Haut-commissariat au plan, 2014). Aujourd'hui, 15.000

entreprises marocaines enregistrées sont féminines (Association des femmes chefs d'entreprises, 2015).

En plus de ces réformes, plusieurs programmes et politiques ont été instaurés en faveur des femmes souhaitant entreprendre, leur permettant de bénéficier d'un environnement propice.

5. L'environnement de la femme entrepreneure : Programmes et politiques mises en œuvre par l'Etat au service de l'entrepreneuriat féminin

Au Maroc, diverses associations et organismes, conscients du rôle fondamental de la femme dans le domaine social et économique ont fait de la femme un acteur essentiel grâce à un appui international (PNUD, Banque Mondiale...).

Ainsi, un véritable cadre de promotion de l'entreprise féminine au Maroc a été mis en place constituant un véritable réseau d'appui et de soutien aux femmes entrepreneurs. Entre autres : AFEM, ESPOD, ANPME, CRI...

➤ L'Association des Femmes Entrepreneures du Maroc (AFEM)

Est l'un des organismes les plus importants à cet égard. Créée en 2000, l'association compte plus de 600 membres, qui s'activent dans 7 antennes régionales et 6 incubateurs au féminin labellisés Maroc Pionnières. C'est l'une des associations les plus actives et visibles aussi bien sur le paysage marocain qu'international. Elle a pour principales missions :

- Encourager et appuyer la création d'entreprises par les femmes ;
- Informer, encadrer et assister les femmes chefs d'entreprises dans la gestion et la pérennisation de leurs entreprises ;
- Développer les compétences managerielles des femmes entrepreneurs en leur assurant des formations, des séminaires...

- Constituer un réseau afin de jouer un rôle de lobbying auprès des pouvoirs publics et des institutions internationales...

Présente dans sept régions du Royaume et très active, cette association a conclu plusieurs accords de partenariat avec des organismes nationaux (Fondation Banque Populaire pour la création d'entreprises, les Centres Régionaux d'Investissement...) et internationaux (GTZ, Réseau des femmes d'affaires du Québec...).

➤ **L'Association Espace de Départ (ESPOD)**

Elle a été fondée en décembre 1991. Sa mission consiste à encourager les initiatives féminines en matière de création et de gestion d'entreprises. ESPOD représente un espace de rencontre, d'information, de formation et de solidarité visant l'amélioration de l'environnement et de la qualité des entreprises féminines.

Ses activités qui visent essentiellement le secteur des micros entreprises et des start-ups sont centrées autour de plusieurs axes :

- L'aide à la création d'entreprises et à leur accompagnement dans leur gestion et leur croissance ;
- La formation en vue de renforcer les compétences managériales des femmes entrepreneurs ;
- Le rôle d'interface entre les entreprises féminines et les organismes de conseil et de financement.

➤ **L'Agence Nationale de la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise (ANPME)**

Est un organisme public, crée en Novembre 2002 a pour mission de contribuer de manière active et efficace à la promotion et au développement de la PME notamment féminine en partenariat avec les organismes publics et privés. Il s'agit d'assurer la coordination et la création des synergies et des complémentarités nécessaires entre leurs

actions et interventions notamment en matière de mise à niveau des entreprises. Sa stratégie s'articule autour des axes essentiels suivants :

- L'appui à la mise à niveau de l'entreprise ;
- La promotion du partenariat et des réseaux de PME ;
- Le soutien aux structures d'appui et renforcement du secteur de la consultance locale;
- La mise en œuvre d'une politique active de coopération et de partenariat ;
- L'amélioration de l'environnement de la PME.

➤ **Les centres régionaux d'investissement (CRI)**

Ils sont présents dans toutes les régions du Royaume, créés en 2002, jouent également un rôle très important dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin, disposent d'un guichet d'aide à la création d'entreprises et un autre guichet d'appui aux investisseurs.

Le guichet d'aide à la création d'entreprises est l'interlocuteur unique de toutes les personnes qui veulent créer une entreprise. Tous les renseignements exigés par la législation et la réglementation en vigueur et qui sont nécessaires à la création d'une entreprise sont mis à la disposition des entrepreneurs potentiels dans un formulaire.

Le guichet d'appui aux investisseurs procure aux investisseurs toutes les fonctions utiles dans le but de les accompagner et de faciliter les formalités et d'alléger les procédures.

L'objectif ultime de ces centres régionaux d'investissement donc de rompre avec les lenteurs et les tracasseries administratives qui sont considérées par les femmes entrepreneurs au Maroc comme la première et la principale contrainte rencontrée en matière de création d'entreprises.

Ajoutant à cela, ces dernières années beaucoup de programmes ont vu le jour, dont le but de booster et d'accompagner les femmes désireuses de se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat :

➤ **Le programme Min Ajliki (Pour toi)**

Il a été créé en partenariat entre le secteur public et privé, national et international, en 2013, en vue de renforcer et améliorer les capacités à entreprendre des femmes marocaines.

Il s'agit d'un programme belgo-marocain de soutien à l'entrepreneuriat féminin au Maroc. Il s'intéresse à tous les aspects relatifs à la création des entreprises comme la formation, l'accompagnement ou la création proprement dite.

Ainsi toute femme désireuse de se lancer dans une expérience entrepreneuriale peut profiter :

- Des séances de sensibilisation à l'entrepreneuriat ;
- Des ateliers de formations sur l'entrepreneuriat ;
- Un Centre de Formation à Casablanca ;
- Un accompagnement par des conseillers spécialisés en création d'entreprises ;
- Des incubateurs d'entreprises féminines. Ces incubateurs sont entièrement équipés de sorte à ce que les femmes entrepreneures puissent bénéficier d'un cycle de 18 mois d'incubation gratuitement et en n'ayant aucune charge à supporter.

➤ **Le programme Casa pionnière**

Il a été lancé il y a presque 10 ans, par l'AFEM en partenariat avec plusieurs acteurs (Paris pionnière, Ministère des habous, PNUD...), Casa pionnière est un dispositif d'accompagnement qui permet aux femmes désireuses de se lancer dans la création d'entreprise d'accéder à un appui matériel et un conseil d'expert.

Ainsi, il offre trois services :

- L'incubation de l'entreprise en offrant la domiciliation juridique et commerciale de l'entreprise, l'accompagnement personnalisé ;
- Le suivi post- création de l'entreprise par une équipe polyvalente de conseillers et d'experts ;
- L'accès aux réseaux grâce aux différentes manifestations organisées par l'AFEM.

➤ **Moukawalati**

Est un programme gouvernemental mis en place pour favoriser la création de TPE, il garantit l'accompagnement des porteurs de projets en trois temps :

- **Avant la création** : en apportant conseil dans le montage du business plan et les études de faisabilité, en vue de maximiser les chances de décrocher un financement bancaire.
- **Pendant la phase de création** : le programme accompagne le porteur du projet dans toutes les formalités administratives et bancaires.
- **Après le démarrage** : le programme accompagne le jeune entrepreneur 12 mois après la création et établit un diagnostic de la situation qui permet de consolider les points forts et apporter des actions correctives s'il le faut.

L'un des points forts de ce programme, c'est qu'il facilite le financement, en accordant une avance sans intérêt de 10% max du montant de l'investissement avec une limite de 15000 remboursable en 6ans dont trois de grâce. En plus de la garantie du crédit par l'Etat à hauteur de 85%, auprès des établissements bancaires, ce qui augmente les chances d'avoir un financement vital pour l'activité.

Après avoir situé la position de la femme marocaine, la sous-section suivante sera dédiée à l'évolution de l'entrepreneuriat féminin au Maroc ainsi que les différents éléments qui caractérisent ce phénomène d'une manière générale à travers un ensemble d'études et de rapports consacrés à ce phénomène.

§2. L'entrepreneuriat féminin au Maroc : bilan de la littérature

Au Maroc, la question du développement du secteur privé est l'une des préoccupations majeures des responsables. Dans cette sous-section, nous exposons l'évolution de l'entrepreneuriat féminin au Maroc à travers un ensemble d'études et de rapports consacrés à ce phénomène. Dans la mesure où nous allons traiter en premier lieu, le profil de la femme entrepreneure marocaine, ainsi que de son entreprise. Ensuite, les motivations de ces femmes entrepreneures marocaines. Et finalement, les obstacles qu'elles ont rencontrés tout au long de leur projet entrepreneurial.

1. Le profil de la femme entrepreneure marocaine

L'étude sur l'entrepreneuriat féminin menée par l'AFEM en 2005 sur un échantillon de 579 femmes chefs d'entreprises dont 77 membres de l'association et 502 non membres, avec l'assistance financière de la commission européenne de la CGEM ; a pris en compte plusieurs critères afin de dresser un profil de l'entrepreneure marocaine comme l'âge, la formation, la situation familiale et l'expérience.

1.1.L'âge

L'âge moyen des femmes entrepreneures au Maroc se situe entre 35 et 44 ans. C'est un âge de maturité. A cet âge, la femme aura accumulé les capacités et expériences nécessaires à la réussite de son affaire.

Ce critère est couramment abordé dans de telles études. Son importance réside dans son influence sur le parcours entrepreneurial des femmes, aussi, il dépend grandement du contexte socioculturel auquel appartient la femme.

1.2.La formation

L'étude a montré que le niveau d'instruction de la femme entrepreneure marocaine est plus élevé que la moyenne de la population.

Les 2/3 des femmes enquêtées ont une formation universitaire, l'écrasante majorité a une formation universitaire d'au moins BAC+4, sachant que les femmes à la tête de très petite structure sont relativement moins instruites.

Disposer d'un diplôme universitaire et d'une formation permet à l'entrepreneure de faire face aux problèmes et obstacles rencontrés et de pallier leurs propres insuffisances surtout lorsqu'il y a un lien entre la formation et l'activité créée.

Le niveau de formation est fortement utile pour les femmes tant pour la qualité du produit, les techniques de vente, le marketing, la tenue des comptes de l'entreprises, les outils de gestion et de la comptabilité, la promotion des activités génératrices de revenus ou des activités de contre saison, etc.

1.3.La situation familiale

Au Maroc, 71% des femmes entrepreneures sont mariées. 77% ont des enfants à charge majoritairement de bas âge. Ces taux peuvent s'expliquer par des raisons socioculturelles à savoir notamment leur jeune âge, le mariage précoce...

Le statut matrimonial de la femme marocaine est tantôt un frein à l'entrepreneuriat féminin et tantôt un stimulateur.

Ainsi, le lien familial joue un rôle important puisqu'une grande partie des femmes entrepreneures descendent d'un père ou d'un mari lui-même entrepreneur. Provenir d'une famille d'entrepreneurs renforce certainement le désir et le goût d'entreprendre tout en assurant la continuité d'une tradition qui est souvent ancestrale. Ainsi, un parent ou un mari entrepreneur exerce une certaine influence sur le choix de création d'entreprise par la fille et /ou la femme.

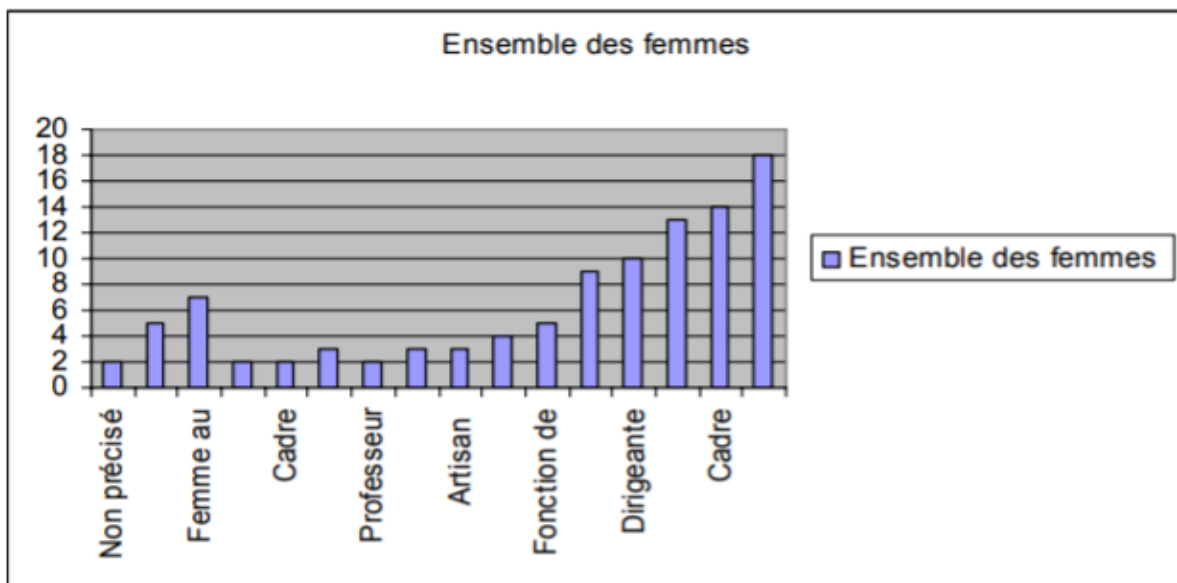
Cette situation familiale favorable particulière ne signifie pas pour autant l'inexistence de femmes qui créent et ou gèrent leurs entreprises et qui ne bénéficient pas d'un entourage entrepreneurial.

1.4.L'expérience professionnelle

Les femmes créatrices et chefs d'entreprises au Maroc ont dans leur très large majorité une expérience professionnelle antérieure :

Plus que 50% occupaient des postes d'encadrement ou de direction dans une entreprise du secteur privée. Une proportion non négligeable de femmes chefs d'entreprises ont créé leurs entreprises, juste après l'achèvement de leurs études.

Figure 3: Les expériences professionnelles des femmes entrepreneurs au Maroc



Source : Rachdi, 2006.

Généralement, il existe une relation profonde entre la décision de création d'une nouvelle entreprise et les expériences professionnelles antérieures. Cependant ce qui peut paraître une rupture à première vue entre l'expérience antérieure et l'activité créée est à vrai dire une véritable continuité qui joue un rôle important dans la réussite et la croissance de l'entreprise créée.

2. Profil des entreprises créées par les entrepreneures marocaines

Pour dresser le profil d'une entreprise créée par une femme, les critères couramment utilisés sont : la taille, l'âge, la forme juridique, le secteur d'activité et l'étendue de l'activité.

2.1.La taille

Selon les données publiées sur le sujet (AFEM, 2015), les entreprises appartenant aux femmes marocaines sont des TPE, puisque les entreprises employant moins de 10 salariés représentent 38,6%, suivies par les entreprises employant entre 10 et 50 salariés avec 29,2%. La troisième position est occupée par les entreprises dont les salariés sont entre 51 et 100 avec 14,4%. La quatrième position est occupée par les entreprises employant plus de 200 personnes avec 8,3%. Dans leur ouvrage collectif Sari et Mebtoul (2014, p 139), la prédominance des TPE s'explique par le fait que :

- Les TPE ne demandent pas de grands investissements
- Les TPE représentent moins de risques que les grandes ;
- Les femmes entrepreneures sont généralement moins aventureuses.

2.2.L'âge

Pour le cas marocain, plus de 60% des entreprises créées par des femmes ont moins de 10 ans et près de 40% d'entre elles ont moins de 5 ans d'après l'enquête réalisée par l'AFEM en 2006.

Une étude effectuée par l'APCE en France a montré que les entreprises créées par les femmes sont plus petites et moins pérennes que celles créées par les hommes, 79% des créatrices n'avaient aucun salarié à plein temps au démarrage, contre 76% des hommes. Trois ans et demi après la création, l'écart se creuse puisque 71% des créatrices n'ont toujours pas de salarié, tandis que les créateurs ne sont plus que 59%.

Enfin pour ce qui concerne le taux de pérennité à 5 ans, il était de 45,4% pour les créateurs contre 41% pour les créatrices.

2.3.La forme juridique

L'enquête réalisée par l'AFEM en 2006, a montré que la forme juridique généralement choisie par les entrepreneures marocaines est la SARL (57%). Ce choix est dû à la relative simplicité de sa création ainsi que le capital qui n'est pas nécessairement très élevé.

22% sont des entreprises individuelles, les sociétés anonymes sont plus rares avec seulement 16%.

Les femmes en général préfèrent demeurer propriétaire unique pour préserver leur statut d'indépendantes, c'est ce qui explique le choix de 22% des entrepreneures marocaines de l'entreprise individuelle.

2.4.Le secteur d'activité

Les rares études traitant du sujet des femmes entrepreneures au Maroc soulignent que plusieurs d'entre elles opèrent dans le secteur informel (Rapport National-Beijing +10, 2004 ; Rapport du Ministère de l'Emploi, 2013). En raison de sa capacité d'adaptation aux changements et aux crises économiques, le secteur informel fournit des emplois à certains marocains. Le secteur informel au Maroc recouvre une grande variété de réalités : l'artisanat traditionnel, le petit commerce, l'emploi non déclaré, la micro-entreprise, le travail à domicile, les prestations de services (services personnels, d'entretien, de réparation...), les activités de transport, etc. Les résultats de l'étude « Chocs économiques et mobilité du travail au Maroc », menée conjointement par le Haut-Commissariat au Plan et la Banque Mondiale en 2012, montrent que, par exemple, les femmes rurales actives constituent la catégorie la plus vulnérable sur le marché du travail.

Au départ, les femmes entrepreneures marocaines ont fourni des services à domicile. Le premier groupe d'entreprises féminines était constitué d'entreprises familiales sous la forme de microentreprises. Leurs principales activités à l'époque étaient de type artisanal, tels que la broderie, la fabrication des tapis et la couture traditionnelle (CERED : Le Centre d'Etudes et de Recherches Démographiques, 2005),

ce qui leur permettait de s'occuper des activités familiales et professionnelles (Mejjati Alami, 2001).

Bien que le taux de présence des femmes entrepreneures dans le secteur informel soit encore plus élevé que celui du secteur formel, elles sont présentes dans les deux secteurs : formel et informel (GEM : Global Entrepreneurship Monitor, 2005). Elles sont plus actives dans les domaines de la confection, d'agriculture, du commerce et des services que dans l'industrie et les activités de production (Gray, Foster et Howard, 2006). Il s'agit des domaines à faible risque, avec un bénéfice relativement facile, aucune formation spéciale n'est requise et les fonds de démarrage sont faibles (Alami, 2003; Barkallil, 2005). Généralement, les entreprises appartenant à des femmes sont caractérisées par leur petite taille et sont souvent familiales, dotées d'un statut juridique : « société à responsabilité limitée » (AFEM et CGEM : Association des Femmes Entrepreneures Marocaines et la Confédération Générale des Entreprises du Maroc, 2010).

2.5.L'étendue de l'activité

L'enquête réalisée par l'AFEM en 2006 souligne que dans la majorité des cas, les entreprises dirigées par des femmes ont une activité locale (31%) ou nationale (47%). La présence d'entreprises ayant une activité internationale reste également non négligeable (22%). Mais dans ce cas, la plupart des entreprises ne sont pas tout à fait des PME, nous constatons une catégorie hybride qui a certaines caractéristiques de la PME et de GE.

Pour les entreprises créées par des femmes, les tendances restent similaires, avec néanmoins une plus forte proportion d'entreprises ayant une activité locale plutôt que nationale.

3. Les motivations des femmes pour entreprendre

L'entrepreneuriat féminin au Maroc peut être considéré comme une activité à ses débuts. Par conséquent, les données disponibles sur ce sujet sont très rares. Les auteurs (Boussetta, 2011; Rachdi, 2006; Gray et Finlez-Hervey, 2005; Bihas et collab., 1997),

qui se sont intéressés à ce domaine, ont pu distinguer certains facteurs spécifiques aux femmes marocaines qui les motivent à créer leurs propres entreprises. La plupart des chercheurs qui ont traité cette question au Maroc distinguent également deux types de facteurs : « de nécessité » et « d'opportunité ».

En effet, les femmes contraintes de devenir entrepreneures considèrent souvent l'entrepreneuriat comme une alternative au chômage, au travail temporaire, à l'exclusion sociale et même à la discrimination sur le lieu de travail (Banque Mondiale, 2005). Ce point de vue est confirmé dans une étude publiée par la Banque mondiale en 2008, p.12 : « *Au Maroc, il y a un taux élevé de chômage au sein des femmes hautement instruites. Promouvoir l'entrepreneuriat féminin peut ainsi être un instrument pour favoriser la participation des femmes dans le marché du travail et pour réduire le chômage des femmes diplômées* ». Pour d'autres, l'entrepreneuriat féminin est une forme de survie. Afin de subvenir aux besoins quotidiens de leur famille, ils se sont lancés dans cette aventure par nécessité (Paterno et collab., 2008). Ces femmes sont parfois chefs de famille (veuves, divorcées, mères célibataires, etc.), épouses d'immigrés ou épouses de soldats en quête de revenus complémentaires pour faire face à l'instabilité financière. Pour d'autres, notamment Gray et Finley-Hervey (2005) le travail indépendant est un moyen de se débarrasser de la dépendance conjugale, surtout lorsque leur mari épouse une ou plusieurs épouses.

En revanche, pour certains chercheurs, l'entrepreneuriat féminin au Maroc est une initiative d'élite, réservée à une minorité, appartenant principalement à des classes sociales aisées ou à des générations de familles d'affaires. Ce sont des entrepreneures attirées par les opportunités du marché (Boussetta, 2011). Selon Bihas et collab., (1997), dans la plupart des cas, ces femmes motivent leur choix d'entreprendre par leur désir d'épanouissement et de réussir dans le monde des affaires. Pour d'autres, leur expérience et leur indépendance professionnelle dans le domaine d'activité sont souvent évoquées, facteurs clés de leur décision de créer leur propre entreprise. Enfin, certaines personnes sont contraintes de prendre la relève après la mort de leur père ou mari.

Chez les femmes entrepreneures, le choix d'exercer une activité dépend de plusieurs contraintes.

4. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin au Maroc

Différentes structures ont été mises en place pour accompagner les femmes entrepreneures dans différents secteurs, comme l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc (AFEM), Réseau Maroc Entreprendre, l'Association Espace de Départ (ESPOD), l'Agence Nationale de la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise (ANPME), l'Initiative nationale de développement humain, l'Office de Développement de la Coopération, etc. L'objectif principal de ces structures publiques et privées est de promouvoir l'investissement et la création d'entreprises, ainsi que de fournir un soutien et des conseils aux entrepreneures potentielles.

Néanmoins, malgré le développement majeur qu'a connu l'entrepreneuriat féminin au Maroc, il existe encore des obstacles. Le taux annuel de création des entreprises structurelles féminines dans toutes les régions est encore faible, inférieur même à la moyenne nationale sachant que les femmes représentent plus de 51% de la population. Selon le ministère de l'Emploi (2013), le nombre d'hommes engagés dans des projets est en moyenne trois fois supérieur à celui des femmes⁹. Par conséquent, la création d'entreprises structurées ne concerne que quelques-unes, principalement des femmes urbaines. Pour les coopératives féminines, leur part en 2013 était d'environ 14,5%. Par rapport aux coopératives masculines, elles sont de plus petites tailles et moins présentes dans les groupes d'intérêt économique et les réseaux de commercialisation. Ce qui peut entraver la commercialisation de leurs produits (Conseil Economique, Social et Environnemental, 2014).

En ce qui concerne les obstacles généraux rencontrés par les femmes entrepreneures, les procédures administratives sont compliquées, la réglementation est complexe, le coût de production est élevé, le financement est difficile et il y a un manque

⁹ Selon les statistiques de l'agence nationale de promotion de l'emploi et des compétences (ANAPEC), en 2012, 749 entreprises ont été créées par les hommes contre seulement 68 par les femmes.

de soutien et de suivi (Banque mondiale, 2012). D'autres obstacles affectent particulièrement les femmes. Par exemple, la discrimination systémique liée à l'identité des femmes provient des clients, des fournisseurs, des banques et d'un accès insuffisant à l'information et aux services de conseil (Boussetta, 2011).

Tableau 5: Les Principales difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises au démarrage de leurs activités

	Pourcentage
Problèmes administratifs (autorisation, lenteur des procédures etc.)	37%
Problèmes d'accès au financement des projets	28%
Problèmes liés à la disponibilité des ressources humaines qualifiées	17%
Problèmes liés à des contraintes d'ordre social à la condition féminine	9%
Problèmes liés au manque d'orientation et de conseil	7%
Problèmes liés au foncier	7%
Problèmes de disponibilité de l'information	5%
Problèmes avec les fournisseurs	4%
Problèmes d'évaluation de la faisabilité du projet	4%
Problèmes juridiques	3%
Problèmes liés à l'acquisition d'équipement de matériels de production	3%
Aucune	11%

Source : Boussetta, 2011.

Tableau 6: Les Principales difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises dans la gestion quotidienne

	Pourcentage
Problèmes liés à la disponibilité des ressources humaines qualifiées	26%
Problèmes commerciaux	22%
Problèmes financiers	16%
Problèmes administratifs	14%
Problèmes d'accès au financement de nouveaux projets	10%
Problèmes avec les fournisseurs	6%
Problèmes liés à des contraintes d'ordre social et à la condition féminine	4%
Problèmes liés à la conciliation entre la vie professionnelle et familiale	4%
Problèmes liés à la production	3%
Problèmes liés au foncier	3%
Problèmes de disponibilité de l'information	2%
Problèmes liés à l'acquisition d'équipement de matériels de production	2%
Problèmes liés au manque d'orientation et de conseil	1%
Aucune	4%

Source : Boussetta, 2011.

Conclusion

Tout au long de ce premier chapitre, nous avons développé les concepts clés concernant notre sujet à savoir l'entrepreneuriat féminin. En effet, les analyses développées sur l'entrepreneuriat féminin montrent clairement l'importance du contexte pour expliquer la diversité spatiale de la création d'entreprise. Les contextes les plus favorables sont ceux caractérisés par une forte proportion des indépendants qui constituent un réservoir potentiel d'entrepreneurs imbue d'une culture locale plus favorable à l'esprit d'entreprise et d'un système de valeurs basés sur la volonté d'entreprendre.

La littérature sur l'entrepreneuriat féminin indique qu'il n'est pas pour autant homogène et varie selon le milieu socioculturel, le niveau d'éducation et des compétences, la taille et le périmètre de l'entreprise, etc. Les différentes définitions et types rapportés dans la littérature sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin et de l'entrepreneur féminin indiquent qu'il n'existe pas un profil mais des profils de femmes entrepreneures dont la manière d'entreprendre et les logiques professionnelles ne sont pas les mêmes.

D'un autre point de vue, des auteurs ont pu établir un lien entre le contexte de l'entrepreneur et le genre. En outre, Bonnetier (2005) estime que les femmes entrepreneures rencontrent d'autres obstacles liés au genre. Par conséquent, de nombreuses recherches ont été menées sur les questions de genre dans l'entrepreneuriat (De Bruin et collab., 2006; Hughes , Jennings, Brush, Carter et Welter, 2012). Depuis les années 80, des études comme celle de Bowen et Hisrich (1986) soulignent que le genre a un impact sur le développement des activités entrepreneuriales. Les difficultés liées au genre se dessinant à travers divers niveaux : les pratiques de réseautage, l'accès au financement, le style de gestion, le conflit famille/travail, etc, peuvent influencer sur le choix de créer ou non une entreprise, mais aussi affecter la perception de la croissance, de la survie et du succès (Chang, Memili, Chrisman, Kellermanns et Chua, 2009).

La littérature montre également, que le phénomène de l'entrepreneuriat féminin se caractérise par sa diversité selon les régions et les contextes (De Vita, Mari et

Poggesi, 2014). En effet, dans certains pays, l'impact du genre sur les activités entrepreneuriales des femmes semble être plus prononcé que dans d'autres (Sadi et Al-Ghazali, 2009). Ce qui a été confirmé par De Vita et collab., (2014), dans leur étude du rôle entrepreneurial des femmes dans les pays en développement, ont découvert des obstacles majeurs à l'entrepreneuriat féminin. Ils ont conclu que ces barrières sont largement influencées par le sexe : statut subalterne des femmes, faible niveau d'éducation, faible proportion de femmes dans le secteur formel, proportion de filles engagées dans le travail domestique, etc. Par exemple, des études (Sadi et Al-Ghazali, 2009, Arabie saoudite; Nene Kane, 2009; Mauritanie) sur les femmes entrepreneures dans des pays où le contexte socioculturel est fortement contraignant (discriminations et préjugés genrés sur le rôle et la place de la femme dans la société), freinent largement la désirabilité d'entreprendre chez les femmes.

Au Maroc, les femmes entrepreneures font parfois référence aux femmes pauvres et défavorisées qui possèdent de micros (très petites) entreprises souvent actives dans le secteur informel. Cependant, de plus en plus de femmes ont créé ou repris des petites, moyennes ou grandes entreprises qui étaient organisées de façon moderne et gérées professionnellement, opérant dans le secteur formel (Boussetta, 2011). Mais, des recherches montrent que les femmes entrepreneures au Maroc évoluent dans un contexte socioéconomique et culturel très difficile, voire clairement hostile. Les institutions sociales et les pratiques culturelles (lois, normes, traditions et codes de conduite) sont souvent une source de discrimination à l'égard des femmes marocaines. Celles-ci souffrent de la perception traditionnelle du rôle des femmes dans la société et des attitudes discriminatoires vis-à-vis d'elles qui existent toujours au niveau professionnel (Saidi, 2003, Rachdi, 2006, Boussetta, 2011). Par conséquent, comprendre les raisons des obstacles liés au genre peut aider à prendre des moyens appropriés et efficaces pour promouvoir et développer davantage l'entrepreneuriat féminin au Maroc.

A ce niveau, la question de la création d'entreprises par les femmes entrepreneures au Maroc, ne peut pas être isolée de l'influence possible de certains facteurs liés à l'entrepreneur et de son contexte. Notre thèse vise à identifier ces facteurs

et de comprendre leur apport sur la création et le développement des entreprises féminines. Pour cette raison, nous nous intéressons à la question de recherche suivante:

Comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à la création et le développement de leur entreprise ?

Pour répondre à cette question, nous nous appuyons sur un ensemble d'approches théoriques qui formeront notre cadre conceptuel.

Le prochain chapitre vise à présenter notre cadre théorique conceptuel. Il est composé de trois sections. La première section introduit spécifiquement les approches retenues pour notre recherche : les approches entrepreneuriales (l'approche individuelle/ par les traits et l'approche contextuelle) ainsi que l'approche institutionnelle. La deuxième section expose la première partie de nos propositions de recherche qui illustrent l'ensemble des facteurs choisis pour cette étude. Quant à la troisième section, elle est dédiée à la seconde partie des propositions.

Chapitre 2 : Cadre théorique et conceptuel des facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines

Introduction

Pour comprendre les différentes facettes de l'entrepreneuriat féminin au Maroc, et surtout celles de la région Fès-Meknès, nous estimons qu'il est indispensable d'identifier les facteurs susceptibles de favoriser la création et le développement des entreprises par les femmes et de comprendre la nature de leur implication. De plus en plus d'auteurs (Glidja, 2019), de nos jours, s'intéressent à cette problématique et trouvent impératif de soutenir davantage les recherches sur les différents facteurs favorisant l'entrepreneuriat féminin (Smith-Hunter et Engelhardt, 2004). En conséquence, nous développons et nous proposons à partir de la littérature des propositions de recherches qui sont sous forme de facteurs qui permettent aux femmes de créer et développer leur entreprise.

En effet, la littérature sur l'entrepreneuriat féminin identifie un ensemble de facteurs qui peuvent favoriser la création et le développement des entreprises féminines

Plusieurs études (Bowen et Hisrich, 1986 ; Bruno et Tyebjee, 1982; Gartner, 1985; Manning et collab., 1989; Van de Ven, 1993 ; Guyot et Van Rompaey, 2002; Gnyawali et Fogel, 1994; Lacasse, 1990; Lerner, Brush et Hisrich, 1997; Shabir et Di Gregorio, 1996; Ascher, 2012) soulignent que l'environnement interne et externe des femmes entrepreneures sont largement influencés par des éléments liés au genre. Ces éléments doivent être considérés pour analyser la création des entreprises par les femmes marocaines. Plusieurs de leurs choix sont influencés par leur position de femme et de mère au sein de la société marocaine.

Sur ce point, il est nécessaire de proposer les facteurs liés à l'entrepreneure, à son contexte familial, aux institutions et aux relations professionnelles qui peuvent avoir un lien fort avec la création et le développement des entreprises par les femmes entrepreneures selon la revue de la littérature existante et le terrain d'investigation.

Avant de traiter ces facteurs, il est nécessaire d'exposer les théories qui constitueront notre cadre conceptuel d'analyse. D'une part, les approches entrepreneuriales, et d'autre part, l'approche institutionnelle qui seront expliquées en détail et leur rôle dans la recherche sur l'entrepreneuriat féminin.

Il est à signaler que les premiers thèmes traités dans l'entrepreneuriat se basent sur l'approche individuelle/ traits, qui a longtemps dominé la recherche dans ce domaine. A l'heure actuelle, de plus en plus de recherches entrepreneuriales interrogent d'autres sujets, tels que les facteurs contextuels (famille, entourage institutionnel et relationnel) affectant la création et le développement d'entreprise.

Dans cette lignée, nous exposerons dans ce chapitre, l'approche individuelle/par les traits et l'approche contextuelle ainsi que l'approche institutionnelle. En effet, il nous semble intéressant d'étudier le cas de l'entrepreneuriat féminin au Maroc selon ces deux principales approches sous peine de proposer une vision partielle.

Section 1 : Les théories mobilisées

Certaines études (Bruno et Tyebjee, 1982; Gartner, 1985; Manning et collab., 1989) estiment que les conditions personnelles et contextuelles ont un impact significatif sur la prise de décision entrepreneuriale et sur l'activité entrepreneuriale d'une personne. Plusieurs théories ont été développées pour aborder l'esprit d'entreprise et les facteurs affectant l'esprit d'entreprise.

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe impliquant plusieurs facteurs individuels, organisationnels et facteurs environnementaux, il est donc difficile d'utiliser une seule théorie.

§1. Les approches en entrepreneuriat

La recherche en entrepreneuriat s'est développée durant les années 50, en se focalisant d'abord sur des thèmes entourant le profil de l'entrepreneur, son origine, sa formation et sa motivation, ainsi que ses caractéristiques personnelles. Les approches en entrepreneuriat constituent également le cadre conceptuel de notre recherche. À cette fin, nous proposons deux modèles principaux dans notre recherche dans les lignes suivantes, à savoir le modèle individuel et le modèle de contexte.

1. L'approche individuelle ou des traits

Les recherches basées sur l'approche des traits (appelée aussi la méthode des caractéristiques personnelles ou approche unidimensionnelle) ont commencé dans les années 60 (McClelland, 1961). Ils ont augmenté de façon exponentielle durant les années 80 (Sexton et Kent, 1981; Brockhaus, 1982). Selon Diamane et Koubaa (2016, p. 4) « Cette approche consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (les non-entrepreneurs) ».

Plusieurs chercheurs décrivent cette approche des caractéristiques individuelles comme une méthode unidimensionnelle qui ne repose que sur la personnalité de l'acteur en tant qu'entrepreneur, de sorte que certaines personnes ont critiqué cette méthode. Ils croient qu'un individu peut avoir la plupart des caractéristiques d'un entrepreneur, mais ne peut en fait pas devenir entrepreneur. En effet, selon les tenants de cette approche par les traits, il s'est avéré qu'il semble impossible de trouver chez un seul individu toutes les qualités que l'on exige de lui pour réussir (Fonrouge, 2002). Dans le même ordre d'idées, Stevenson et Jarillo (1990) affirment d'ailleurs que les traits de personnalité et les motivations ne distinguent pas les entrepreneurs qui réussissent de ceux qui échouent.

Les travaux basés sur l'approche par les traits ne peuvent pas à cet effet, établir les caractéristiques psychologiques absolues des entrepreneurs, ni prédire les comportements entrepreneuriaux. Ils supposent que les entrepreneurs ont une sorte d'innéité (Brockhaus, 1982). Cette faiblesse est en partie due au fait que l'approche unidimensionnelle ne tient pas en compte l'impact de l'environnement sur l'émergence du comportement entrepreneurial chez un individu. La manière dont les individus expriment leurs besoins de création dépend non seulement de leurs caractéristiques personnelles, mais également d'autres facteurs externes qui peuvent faciliter l'émergence et le développement d'un comportement entrepreneurial, tels que la religion, les antécédents familiaux, l'expérience et l'environnement professionnel, système éducatif, système institutionnel ... (Gartner, 1985, Van de Ven, 1993, Emin, 2003).

Dans cette perspective, Van de Ven (1993) reconnaît l'importance de tous les facteurs (environnementaux et individuels) qui affectent les activités entrepreneuriales. Selon ses propos: *«the study of entrepreneurship is deficient if it focuses exclusively on the characteristics and behaviors of individual entrepreneurs, on the one hand, and if it treats the social, economic, and political factors influencing entrepreneurship as*

external demographic statistics, on the other hand»¹⁰(p. 211). Ce point de vue est une réponse à la limite de l'approche par les traits proposée par certains auteurs en ne considérant que des facteurs individuels. Reynolds (1991) soutient cette idée et estime que la création d'entreprise est principalement déterminée par l'environnement social, culturel, politique et économique.

Par conséquent, en réponse à la limite de l'approche par les traits, l'approche contextuelle est apparue.

2. L'approche contextuelle ou par les faits

Nous parlons souvent de l'entrepreneur, mais nous oublions que sa réussite ne repose pas seulement sur sa personnalité et ses caractéristiques psychologiques. Dans leur étude, Abdesselam et collab., (2004) soulignent que l'environnement entrepreneurial du créateur affecte dans une certaine mesure la transition vers l'acte d'entreprendre. La décision de créer une entreprise ne dépend pas seulement des caractéristiques individuelles (Krueger et Brazeal, 1994). Les facteurs environnementaux et situationnels ont un impact et peuvent favoriser ou entraver l'acte d'entreprendre (Tounes, 2003). Pour Bird (1992), la création d'une entreprise reflète les intentions de l'individu, bien entendu, sont influencées par des variables environnementales. Les résultats de plusieurs chercheurs (Bowen et Hisrich, 1986 ; Hisrich et O'Kinneide, 1986 ; Aldrich et collab., 1987; Guyot et Van Rompaey, 2002) sont également en accord avec ce point de vue, ils ont étudié l'entrepreneuriat et souligné l'importance que peuvent jouer le contexte social et culturel, l'environnement familial et professionnel (réseau, banque, etc.) sur le lancement du projet. De ce fait, Tounés (2003) a confirmé que les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues, elles-mêmes de réels objets d'analyse.

¹⁰ Traduit par nos soins : L'étude de l'entrepreneuriat est déficiente si, d'une part, elle se concentre exclusivement sur les caractéristiques et les comportements des entrepreneurs individuels et, d'autre part, qu'elle traite les facteurs sociaux, économiques et politiques qui influencent sur l'entrepreneuriat comme les statistiques démographiques externes.

De même, Shapero et Sokol (1982) ont identifié un ensemble de variables qui peuvent déclencher la décision de devenir entrepreneur : l'équipe à laquelle ils appartiennent, l'expérience antérieure, les apprentissages et les images d'imitation. En ce sens, Gartner (1985) considère quatre aspects de l'entrepreneuriat : entrepreneur, entreprise, environnement et processus. Gartner (1985) a mis en avant de nombreux facteurs environnementaux, ayant un rapport avec le vécu familial et professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont ils bénéficient, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques comme des facteurs affectant la création de la nouvelle entreprise.

Ce modèle s'appuie sur l'approche multidimensionnelle.

3. Approche multidimensionnelle (approche individuelle et contextuelle)

L'approche multidimensionnelle forme les deux approches individuelle et contextuelle. Selon cette approche, les entrepreneurs, leurs entreprises et l'environnement dans lequel ils se trouvent sont différents. Un autre exemple qui illustre le modèle multidimensionnel est celui de Gnyawali et Fogel (1994). Ces auteurs estiment que l'environnement entrepreneurial est une combinaison de plusieurs facteurs qui jouent un rôle clé dans le développement de l'entrepreneuriat. Ils déterminent que les facteurs macroéconomiques, et politiques ont un impact sur la volonté et la capacité des individus à s'engager dans des activités entrepreneuriales. En outre, ils signalent la disponibilité de l'appui des services de soutien qui aident à démarrer une entreprise lucrative. Les auteurs déclarent que tous les facteurs contextuels ne jouent pas le même rôle dans tous les pays. Ils concluent que le rôle de chaque facteur dépend d'un aspect spécifique du processus de développement.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, certains chercheurs ont adopté une approche multidimensionnelle, y compris les caractéristiques personnelles de la femme entrepreneure et ses caractéristiques environnementales. Ils se sont concentrés sur trois principaux facteurs :

-Les femmes créatrices et gestionnaires des entreprises : leur profil sociodémographique, leurs motivations, aptitudes et attitudes envers le risque, leur formation, leur expérience professionnelle, les obstacles rencontrés, etc.

-L'environnement entrepreneurial des femmes : l'entourage familial, relations interpersonnelles, financement institutionnel, facteurs professionnels, l'évènement ayant déclenché l'acte d'entreprendre.

- L'entreprise créée : le financement, la taille de l'entreprise, le type d'activité, le style de gestion, les stratégies mises en œuvre, la performance, etc.

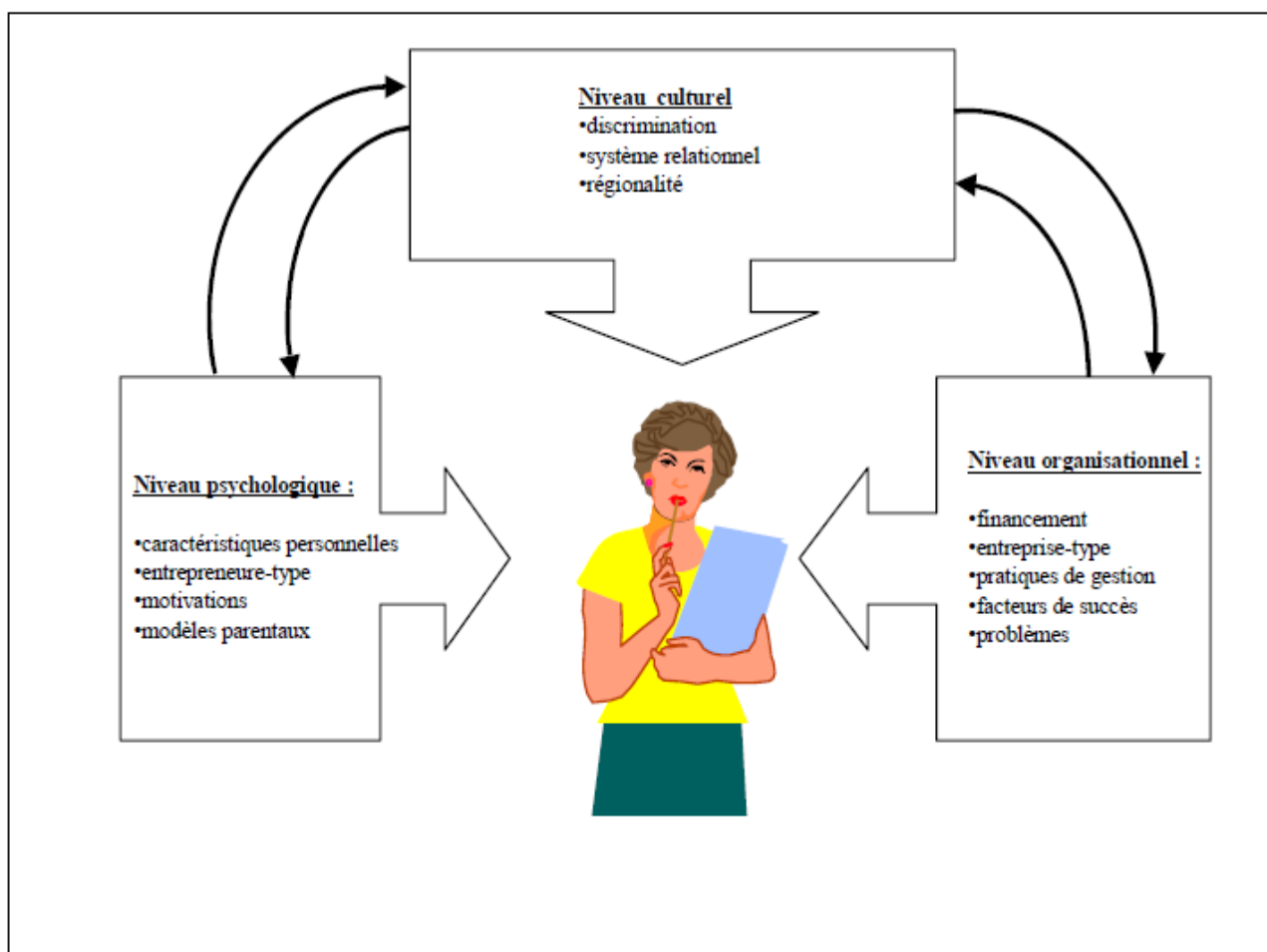
Les travaux (Hisrich et Bruch, 1984, Lacasse, 1994, Bird et Brush 2002...) qui abordent le problème de l'entrepreneuriat féminin mettent généralement l'accent sur trois grands axes : les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures, le contexte institutionnel, et l'environnement familial, les difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises (Boussetta, 2011). Ces études peuvent établir des modèles en tenant compte de facteurs spécifiques et généraux susceptibles d'affecter la capacité entrepreneuriale des femmes.

Quelques exemples ci-dessous de modèles entrepreneuriaux basés sur l'approche multidimensionnelle :

3.1. Le modèle d'Amrhar (2001)

Amrhar (2001) a proposé un modèle d'analyse de l'entrepreneuriat féminin qui présente trois optiques disciplinaires : la culture, la psychologie et l'organisation.

Figure 4: Structure disciplinaire de la littérature en entrepreneurship féminin



Source : Amrhar, 2001.

- Niveau culturel :

Qu'il s'agisse de discrimination sur le genre, d'importance de réseaux sociaux ou de régionalité des recherches. En effet, les chercheurs essaient de répondre à des préoccupations de départ qui consistent à savoir si la féminité est un avantage ou un inconvénient dans la vie d'une entrepreneure.

- *Le genre et la discrimination* : dans le contexte actuel, nous remarquons que la discrimination est devenue de moins en moins affirmative. La femme n'est plus vue comme un être incapable d'entreprendre et de tenir ses engagements vis-à-vis des

parties prenantes, qui manque de sérieux et dans l'incapacité de faire face aux pressions économiques et sociales et qui est défavorisée lorsqu'il s'agit d'obtenir un crédit. La femme entrepreneure a appris à apprivoiser cette discrimination en acquérant de l'expérience dans l'exercice de l'entrepreneuriat et en forçant à considérer ses efforts.

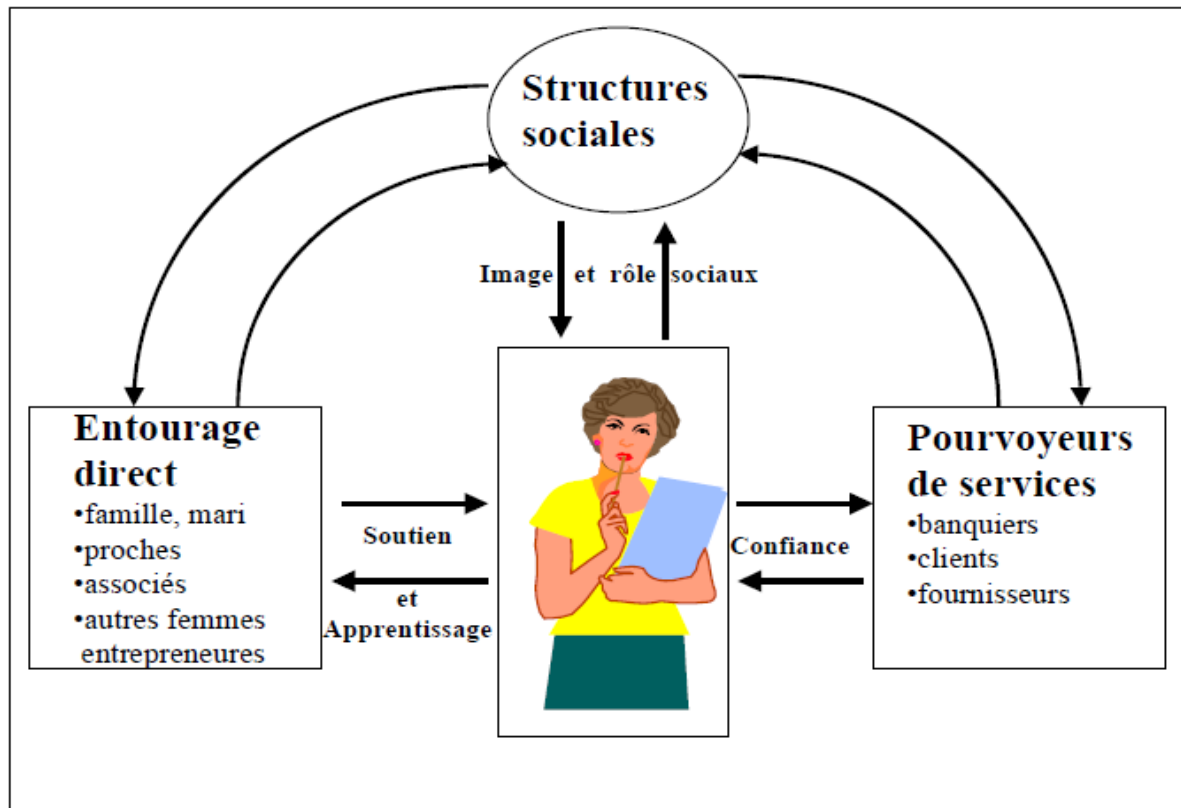
- *Le système relationnel de l'entrepreneure* : la réalité des femmes est plutôt caractérisée par des connexions et des relations avec sa famille, dans son travail, avec son entourage ; que par l'autonomie et la logique typique à l'homme. Brush (1992) parle de « la perspective intégrée », il s'agit de l'intégration de la femme du nouveau système de relations de son entreprise dans sa propre vie. Ceci, permet à la femme entrepreneure de gérer sa vie personnelle et sa vie professionnelle simultanément. C'est ainsi une source d'apprentissage pour l'entrepreneure, Wells (1998, p.22) avance « *women do not learn in isolation; they learn with others and from others* »¹¹. Toutefois, le système relationnel peut aussi être source de conflits dans le cas d'absence de soutien du mari et/ou des enfants.

- *La régionalité des recherches* : certains chercheurs se sont focalisés sur l'étude de ce phénomène uniquement dans leur pays, d'autres se sont même limités à des régions, c'est ce qui donne un caractère de particularité à leurs études. D'un autre côté, les résultats de ces études, en les inscrivant dans une logique comparative peuvent nous expliquer les différences de comportements chez les entrepreneurs qui sont influencés par les structures économiques et sociales du pays en question.

En guise de conclusion sur ce premier tour d'horizon, nous constatons que trois pôles définissent principalement la nature du lien de l'entrepreneure avec son environnement : les structures sociales, l'entourage direct et les pourvoyeurs de services (banquiers, clients et fournisseurs). Le schéma suivant fait la synthèse de cette conclusion :

¹¹ Traduit par nos soins : les femmes n'apprennent pas de manière isolée ; elles apprennent avec les autres et des autres

Figure 5: L'entrepreneure et son environnement



Source : Amrhar, 2001.

Les structures sociales et économiques définissent l'image et le rôle de la femme dans la société. La femme entrepreneure, de son côté, redéfinit cette image en travaillant sur la mentalité de ses relations. La femme entrepreneure a tendance à s'entourer principalement de sa famille, surtout son mari, ses proches, ses associés et d'autres femmes entrepreneures. Ces personnes constituent une source de soutien et d'apprentissage pour elle. À son tour, elle est plus à l'écoute et aime partager son expérience. Les relations des pourvoyeurs de services avec la femme entrepreneure sont fonction de la confiance qu'elle peut insuffler par son sérieux, son dynamisme et son professionnalisme.

- *Niveau psychologique :*

Le niveau psychologique nous renvoie à la personnalité de l'entrepreneur. Nombreux sont les chercheurs et praticiens qui ont tenté de dégager les traits de personnalité qui sont spécifiques à la femme entrepreneure et qui la différencie de son homologue masculin.

Dans cette optique, plusieurs thèmes ont été abordés : les caractéristiques personnelles, le profil de l'entrepreneure type, les motivations et la présence de modèles entrepreneuriaux.

- *Les caractéristiques personnelles :* C'est Shierer en 1975 qui a mené pour la première fois une étude comparative entre les femmes entrepreneures et leur homologue masculin dans son livre «The female entrepreneur : A pilot study»¹². Pour ce chercheur, il n'y a aucune différence significative entre les deux et que les femmes ont même un niveau d'instruction plus élevé.

Par la suite, les chercheurs sont arrivés à la conclusion que les femmes et les hommes entrepreneurs partagent plusieurs dimensions du profil de l'entrepreneur classique, à savoir : le besoin de réalisation, la tolérance du risque, l'autonomie, l'innovation, la persistance, l'indépendance et le niveau de confiance de soi.

En ce qui concerne l'âge, le statut social et le rang familial, pour la majorité des chercheurs, il s'agit d'une femme jeune, mariée et qui est l'aînée de sa famille.

Le background, c'est-à-dire les expériences antérieures conjuguées au niveau d'instruction sont une source d'apprentissage et parfois même une orientation dans la vie d'une femme entrepreneure. Ces expériences peuvent être très variées, certaines études montrent que la femme entrepreneure, avant de créer son activité, travaillait dans des services de secrétariat, d'enseignement ou de la vente en détail plutôt qu'à des postes de gestion, tandis que d'autres, n'ont jamais travaillé avant de lancer leur projet.

¹² Traduit par nos soins : La femme entrepreneure : une étude pilote

Pour ce qui est de l'éducation, les femmes entrepreneures optent pour des domaines techniques moins que les hommes.

- *L'entrepreneure type* : Plusieurs auteurs se sont préoccupés de dégager un profil de l'entrepreneure type. Tous s'entendent sur la description d'une femme jeune, mariée avec des enfants ; c'est l'aînée de sa famille, elle possède un diplôme universitaire mais veut passer plus de temps avec ses enfants. C'est cette dernière caractéristique sur la motivation du choix de la carrière entrepreneuriale qui constitue la principale différence entre hommes et femmes entrepreneur(e)s.

Le caractère régionaliste des recherches nous apprend que la femme entrepreneure québécoise selon Lavoie a soit un profil d'investisseur parrainé, de la jeune indépendante ou de la self-made sociale. D'un autre côté, Holmquist et Sundin (1988), en étudiant l'entrepreneure suédoise, confirment qu'elle est caractérisée par la diversité ; elle a entre 19 et 65 ans, elle est présente partout et dans toutes les lignes d'affaires, tous les statuts maritaux sont représentés et le nombre d'enfants varie de six enfants à aucun. C'est une femme adaptable qui n'existe pas comme une catégorie à caractères spécifiques.

- *Les motivations et modèles parentaux* : La question « Pourquoi une femme devient-elle entrepreneure ? » a fait l'objet de plusieurs recherches.

Deux motivations font presque l'unanimité de tous les chercheurs : le besoin de satisfaction professionnelle, et la recherche d'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle puisque la création d'une activité est plus compatible avec les responsabilités familiales et ménagères d'une femme.

Les femmes partagent certaines motivations avec les hommes pour entreprendre, il s'agit de l'opportunité d'être son propre patron, le besoin de réalisation, le désir d'être indépendante, le besoin de satisfaction professionnelle et la nécessité économique.

Le manque de promotion dans le travail salarié est aussi un facteur déterminant dans le choix d'une carrière entrepreneuriale.

La carrière entrepreneuriale s'avère fascinante puisqu'elle permet une liberté de choix du type de travail, des horaires, des gens avec qui travailler et de l'environnement.

Le tableau suivant présente une synthèse des motivations les plus cités par les chercheurs :

Tableau 7 : Synthèse des motivations de choix de carrière entrepreneuriale par les femmes

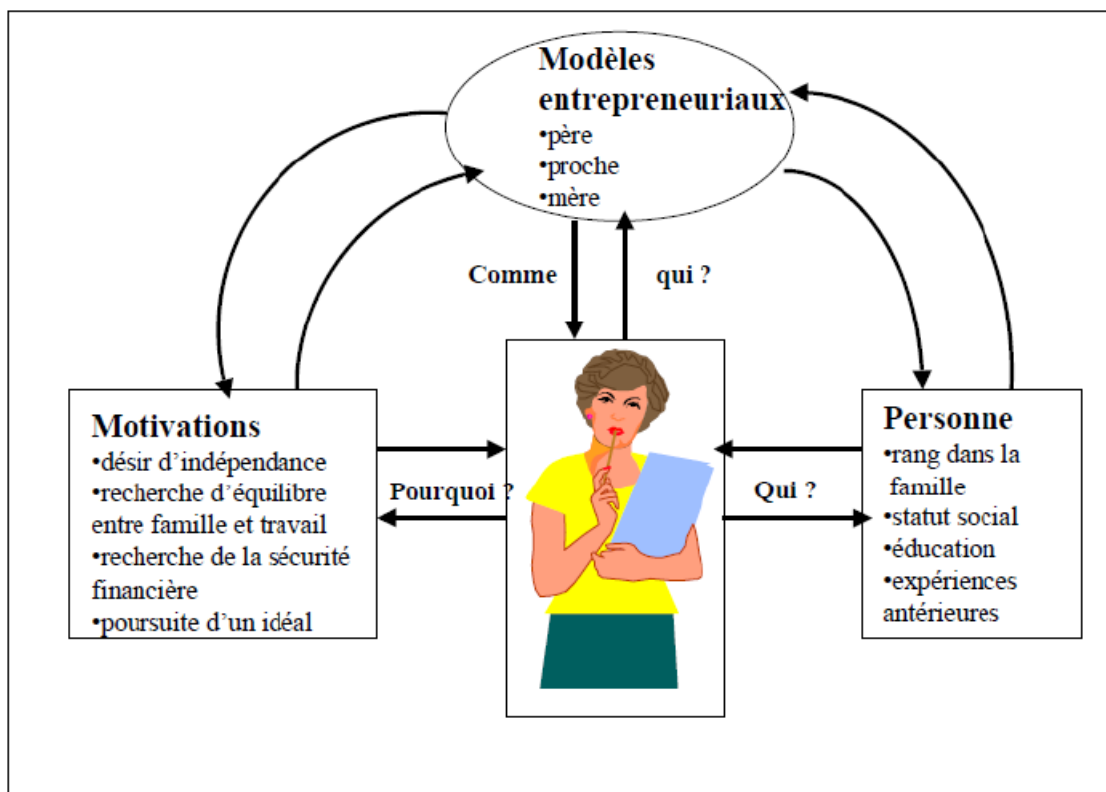
- Besoin de réalisation	- Amélioration du statut social
- Besoin d'indépendance	- Recherche d'utilité sociale
- Besoin de satisfaction	- Recherche de défi
- Besoin économique	- Conciliation des responsabilités sociales et familiales

Source : Amrhar, 2001.

En ce qui concerne les modèles parentaux, les chercheurs s'accordent sur l'importance de l'influence de ces modèles sur la décision d'entreprendre.

Le schéma suivant permet de synthétiser les trois éléments composant la dimension psychologique :

Figure 6 : La personnalité de l'entrepreneure



Source : Amrhar, 2001.

Les dimensions culturelles et psychologiques permettent de mieux connaître l'acteur qui est la femme entrepreneure. Le point suivant vise à mieux connaître l'organisation créée et la relation de l'entrepreneur avec son entreprise.

- La dimension organisationnelle :

A ce niveau-là, l'accent sera mis sur quatre points essentiels, à savoir : le financement lors du lancement de l'entreprise, les pratiques de gestion, le type d'entreprise, les facteurs clés de succès et les obstacles.

- *Le financement lors du lancement* : Généralement, nous pensons que les affaires appartenant à des femmes qui proviennent d'un héritage du père ou du mari. Des études ont montré que la plupart des femmes se sont servies d'une épargne sur leur revenu personnel ou se sont fait aider financièrement par la famille ou des amis, d'autres ont fait recours au système bancaire pour créer leur activité.

- *Les pratiques de gestion* : Selon Schwartz, les entrepreneures ont un style autocratique de gestion vu qu'elles ont tendance à contrôler de près toutes les opérations de l'entreprise.

La gestion financière est assez particulière. Chaganti (1986) a expliqué cela en affirmant que les entrepreneures sont conservatrices en matière de pratiques financières. De plus, elles ont tendance à utiliser des fonds propres et leurs cartes de crédit pour le financement à court terme.

Pour la gestion des ressources humaines, certaines études (Changati, 1986) ont conclu que les entrepreneures ont tendance à employer des personnes autodidactes pour faire face à des problèmes d'habilités professionnelles. D'autres études menées par Hisrich et Brush ont stipulé que les entrepreneures se considéraient fortes en gestion de personnel, ils ont aussi remarqué que ces femmes optaient pour des heures de travail flexibles pour le partage des tâches avec les employés.

Pour la gestion commerciale, Hisrich et Brush (1984) avancent que la majorité des entrepreneures ont tendance à s'impliquer dans la vente. Birely et collab., (1987) ont plutôt observé que les entrepreneures avaient tendance à développer des produits et des services orientés vers d'autres femmes.

La gestion des ressources humaines et la gestion commerciale restent deux aspects peu développés dans les études concernant l'entrepreneuriat féminin.

- *L'entreprise type* : Plusieurs études avaient comme objectif de déterminer les caractéristiques des entreprises créées par les femmes. Pour cela, plusieurs critères sont pris en considération : la forme, la taille, le secteur d'activité, le nombre d'employés...

Certaines études menées en Amérique du nord ont montré que les entrepreneures choisissent d'entreprendre dans tous les secteurs de l'économie, d'autres études ont montré que le choix porte souvent sur des activités traditionnelles ou dans le domaine des services et du commerce, et même des secteurs où d'autres femmes ont connu un succès.

L'entreprise individuelle est la forme généralement choisie, lorsqu'il s'agit de partenariat, le partenaire est souvent le mari ou un parent, ce sont des entreprises jeunes et très rarement de grande taille.

- *Les facteurs clés de succès et les obstacles rencontrés* : Les entreprises créées par les femmes sont souvent de petite taille que certains chercheurs les qualifie de « micro entreprises » et qui sont soit de survie, de croissance ou de performance.

Plusieurs facteurs clés de succès ont été évoqués dans différentes études, le tableau suivant synthétise les facteurs communs à la majorité des études :

Tableau 8: Synthèse des facteurs clés de succès des entreprises créées par les femmes communs à la majorité des études

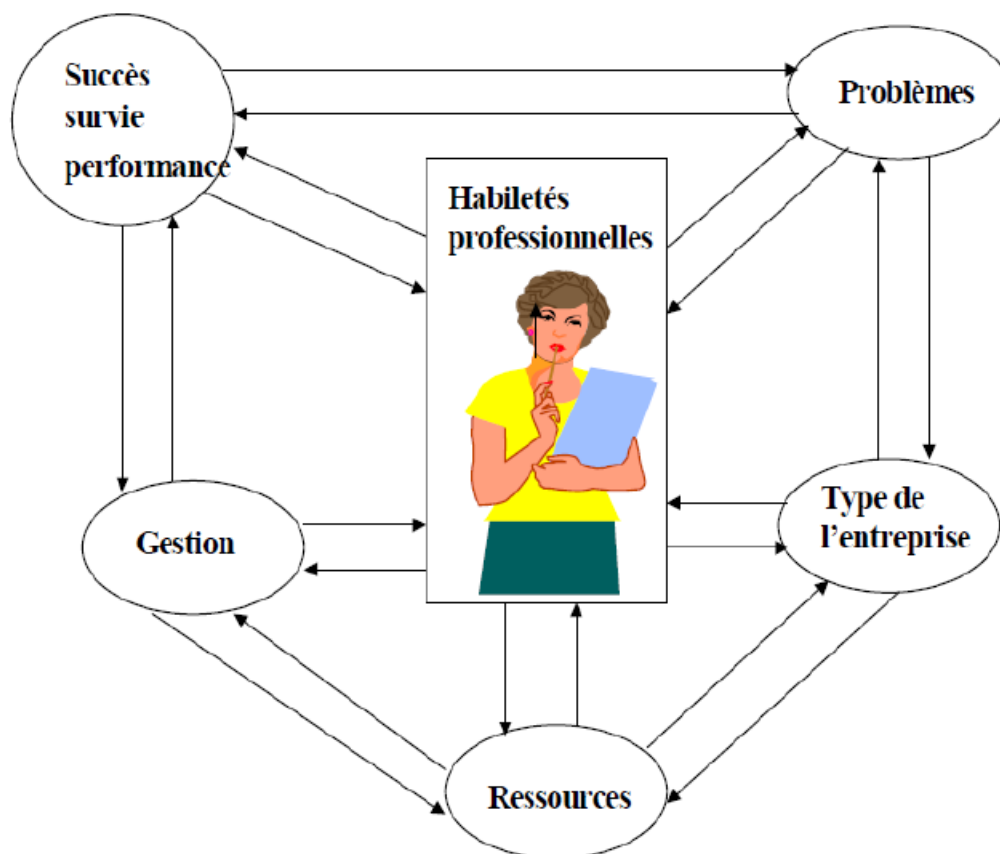
• Cadres interprétatifs moins rigides ; • Habiletés à trouver de l'information pertinente et rapide ; • Expérience antérieure en gestion ; • Habiletés de gestion et de négociation ; • Innovation et créativité ; • Organisation et planification ; • Image projetée de l'entreprise et du produit ; • Établissement de plans d'affaires ; • Modèles.	• Appels à la consultation et au conseil des experts ; • Accomplissement personnel ; • Réalisation des objectifs fixés ; • Parrain (ou marraine) ; • Niveau élevé d'éducation ; • Champs d'études ; • Soutien familial ; • Croyance en ses propres capacités ; • Affiliation à des réseaux ; • Image projetée de l'entrepreneure.
--	--

Source : Amrhar, 2001.

A côté des facteurs clés de succès, les entrepreneures rencontrent des obstacles aussi. Les plus fréquemment cités sont les faiblesses en finance, en gestion et en marketing, les conflits entre vie privée et vie professionnelle et le temps alloué à chaque responsabilité.

Le schéma suivant synthétise la dimension organisationnelle et ses composantes :

Figure 7: L'entrepreneure et son entreprise

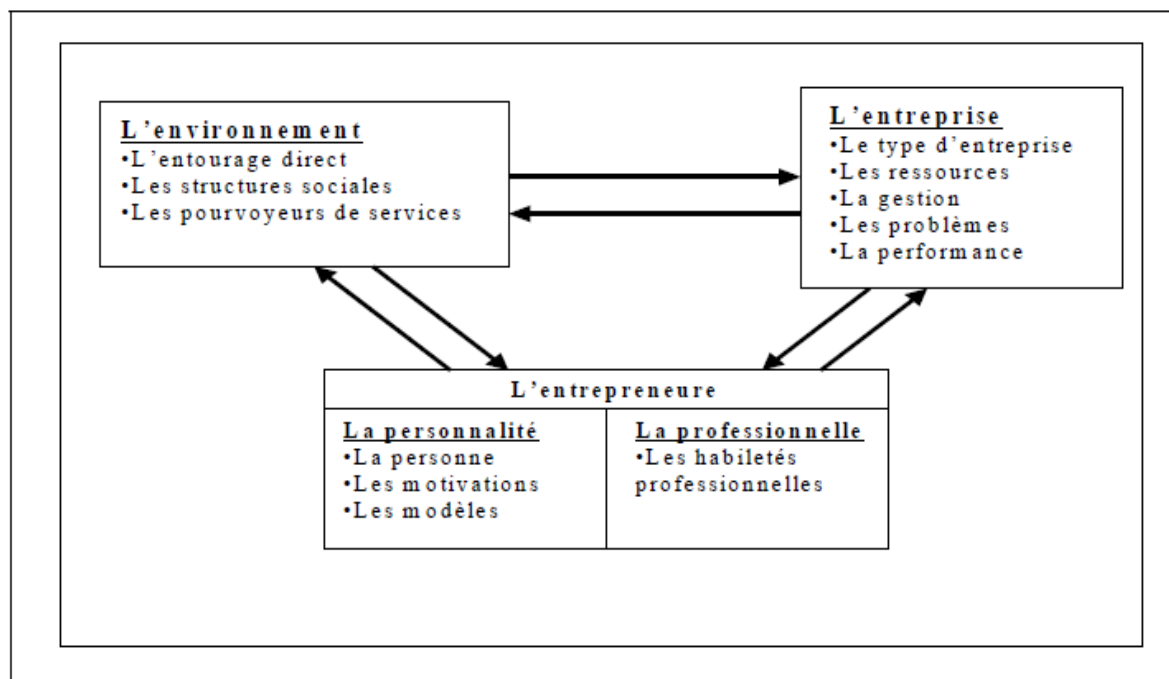


Source : Amrhar, 2001.

L'entrepreneure est ainsi évaluée en fonction des habiletés professionnelles qui conditionnent en premier lieu son choix du type d'entreprise qu'elle désire posséder et la nature des ressources financières et matérielles qu'elle a la possibilité d'y injecter. Ces mêmes habiletés lui permettent, par la suite, de développer des pratiques de gestion qui répondent à ses objectifs de performance. Au cours de ce périple, l'entrepreneure doit faire face à des obstacles et des problèmes qui peuvent émaner soit d'une mauvaise gestion, d'une insuffisance de ressources, des caractéristiques organisationnelles de l'entreprise (forme, taille ou secteur) ou encore des capacités ou connaissances professionnelles de l'entrepreneure elle-même. Le succès ou la survie peuvent à leur tour émaner d'une bonne gestion, de ressources financières et matérielles suffisantes, du type d'entreprise ou des habiletés particulières de l'entrepreneure.

Il relève de ce qui précède, les liens entre trois éléments principaux tels que le montre le schéma suivant :

Figure 8 : Cadre d'analyse de la réalité de l'entrepreneuriat féminin



Source : Amrhar, 2001.

3.2. Le modèle de Lacasse (1990)

L'objectif principal de Lacasse est d'approfondir les connaissances concernant le développement des petites entreprises féminines. Son modèle est élaboré autour de l'activité entrepreneuriale. Il l'a divisé en quatre éléments : créer une entreprise, acheter une entreprise existante, rejoindre la propriété de l'entreprise sur la base de suggestions, et enfin, acquérir la propriété de l'entreprise familiale par héritage. D'une part, Lacasse identifie les femmes entrepreneures potentielles à travers la motivation, les traits de personnalité, les pensées entrepreneuriales, les attitudes face au risque, la capacité à maîtriser le destin et l'intuition. D'autre part, il considère l'environnement entrepreneurial à partir de trois groupes de facteurs qui sont les facteurs sociaux (le contexte familial, le milieu scolaire, le cadre de travail et l'environnement local), les facteurs situationnels (les événements négatifs et positifs) et

l'accessibilité aux ressources (matières premières, main-d'œuvre qualifiée, technologie, marchés, capital-risque, soutiens de l'Etat, rôle des réseaux).

3.3. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich (1997)

Ces auteurs concluent que le manque d'expérience entrepreneuriale et le niveau scolaire n'ont aucun effet sur l'entrepreneuriat féminin. Il est à noter toutefois, l'importance de l'expérience professionnelle antérieure qui a un impact significatif sur la performance des entreprises créées et gérées par les femmes. En outre, les auteurs tentent de prouver que les motivations des femmes entrepreneures ont une grande influence, en particulier l'impact de la ségrégation professionnelle, l'inégalité des salaires et la participation dans le secteur non industriel.

Un autre point se révèle, les auteurs insistent sur l'importance de l'affiliation à un réseau pour les femmes entrepreneures, en particulier à des réseaux féminins. Cependant, ils soulignent que pour les femmes qui appartiennent à un réseau, leur entreprise est plus rentable que les femmes qui sont connectées à plusieurs réseaux. Cela signifie que les femmes qui choisissent de rejoindre un réseau unique parviennent à établir des liens très solides, ce qui sera très utile à leur entreprise.

3.4. Le modèle de Shabir et Di Gregorio (1996)

Dans leur étude, Shabir et Di Gregorio (1996) ont tenté d'expliquer les buts personnels poursuivis par les femmes pour la propriété d'affaire et d'interpréter les facteurs structuraux qui influencent le processus du lancement de l'entreprise. L'aspect central des objectifs personnels, combinant la réalité de ce que le fonctionnement de l'affaire peut apporter, est l'une de leurs découvertes. Dans leurs tentatives de lancement d'affaires, si les femmes continuent à se sentir fortement impliquées pendant le processus de mise en place, leur définition et leur vision des avantages que les entreprises peuvent leur apporter en termes de réalisation de leurs buts personnels, sont perçues comme réalisables. Par contre, les contraintes structurelles peuvent exercer une influence directe sur ces objectifs.

Le modèle de Shabir et Di Gregorio traite, l'influence des ressources relationnelles (influence de la famille, des salariés, des clients, des fournisseurs, etc.) ainsi que celle des ressources externes (ressources financières, environnement géographique) dans la décision des femmes pour créer une entreprise (Constantinidis, 2010).

3.5. Le modèle d'Ascher (2012)

Ascher identifie une série de facteurs personnels et environnementaux qui peuvent influencer la décision des femmes de devenir entrepreneures. Ces facteurs sont les motivations, la démographie, l'environnement économique et social, le réseau familial, le parcours scolaire et le chômage.

Ascher aborde la croissance de l'entrepreneuriat féminin dans les pays en développement et les pays développés en explorant les motivations principales et les autres facteurs qui influencent l'entrepreneuriat des femmes ainsi que les principaux obstacles. Cet auteur souligne l'influence de la zone géographique sur l'entrepreneuriat féminin. Il considère que les femmes qui appartiennent à certains pays où les facteurs contextuels sont défavorables, rencontrent plus de difficultés à lancer, gérer et développer leurs entreprises.

Dans cette panoplie d'approches, nous pensons que l'entrepreneuriat féminin peut trouver son origine dans des facteurs personnels et environnementaux. De manière générale, les femmes entrepreneures sont affectées par leur environnement, mais leurs activités sont également limitées par une série de forces, de choix et d'ambitions individuels. A cette fin, pour notre recherche, nous avons choisi de retenir les deux approches ci-dessus : l'approche par les traits et l'approche contextuelle.

Nous estimons que ces deux approches constituent une approche multidimensionnelle qui peut globalement atteindre notre objectif de recherche pour comprendre comment certains facteurs personnels et contextuels favorisent la création et le développement des entreprises féminines.

§2. La théorie institutionnelle

La théorie institutionnelle est d'une grande pertinence dans la recherche en entrepreneuriat (Tomoyo et Norifumi, 2017). La théorie institutionnelle se concentre sur le rôle des systèmes sociaux, politiques et économiques dans lesquels les entreprises opèrent et acquièrent une légitimité. Comme l'explique Scott (1995), les institutions (l'Etat, l'administration publique, les institutions financières...) fixent les règles du jeu et définissent les modes de fonctionnement disponibles en encourageant, en empêchant ou en restreignant des comportements donnés. Elles influencent le processus de décision en indiquant des fourchettes acceptables et inacceptables, et en déterminant la socialisation individuelle des normes et des comportements dans une société donnée. Par conséquent, pour les acteurs qui acceptent de respecter, de se conformer aux normes et de respecter plus ou moins passivement les règles sans soulever de doutes, il est crucial d'institutionnaliser plus ou moins les comportements (Pigneur, 2011).

1. Le rôle des institutions

Campbell (2004, p. 1) décrit « *les institutions comme le fondement de la vie sociale, consistant en des règles formelles et informelles, des mécanismes de contrôle et d'application, et des systèmes de signification qui définissent le contexte dans lequel les individus, les entreprises, les syndicats, les États-nations et les autres organisations opèrent et interagissent les uns avec les autres* ». La théorie institutionnelle est un cadre de référence particulièrement adapté pour aborder le contexte externe qui façonne l'activité entrepreneuriale des femmes. Des recherches ont suggéré que l'environnement institutionnel influence non seulement le taux d'activité entrepreneuriale, mais aussi les trajectoires qui en résultent (Bruton, Ahlstrom, et Li 2010). « *Le cadre institutionnel d'une société englobe le rôle vital des piliers réglementaires, normatifs et cognitifs qui favorisent le succès de l'activité entrepreneuriale* » (Scott 2001, p. 51). La recherche sur l'entrepreneuriat menée au cours des deux dernières décennies s'est appuyée sur ces piliers institutionnels et a confirmé que les différences institutionnelles entraînent des variations au niveau national dans la structuration et le développement des conditions cadres de l'entrepreneuriat (Aldrich 2011 ; Bruton, Ahlstrom et Li 2010 ; Meek, Pacheco

et York 2010 ; Peng et Zhou 2005 ; Tolbert, David et Sine 2011). Dans le contexte de l'entrepreneuriat féminin, les institutions réglementaires formelles peuvent créer des opportunités entrepreneuriales, influencer la mesure dans laquelle l'entrepreneuriat féminin peut se développer et affecter les types d'entreprises dans lesquelles les femmes peuvent s'engager. Les institutions normatives et cognitives informelles ont le potentiel d'exercer une influence significative sur la perception des opportunités entrepreneuriales (Welter et Smallbone, 2011). S'appuyant sur ce courant de recherche établi, les chercheurs ont commencé à appliquer la théorie institutionnelle pour explorer les institutions qui restreignent et encouragent l'activité entrepreneuriale des femmes (Brush, de Bruin et Welter 2009 ; Bruton, Ahlstrom et Li 2010 ; De Bruin et collab., 2007).

En effet, l'esprit d'entreprise peut être classé comme un comportement économique qui s'inscrit dans l'environnement institutionnel d'une société, d'une communauté ou d'un pays (Aldrich & Fiol, 1994 ; Baumol, 1990). La théorie institutionnelle suppose que les institutions constituent les "règles du jeu" qui déterminent le comportement et les croyances des individus (Meyer & Scott, 1983 ; North, 1990 ; Powell & DiMaggio, 1991 ; Scott, 1995 ; Williamson, 1985). Dans le domaine réglementaire et juridique des institutions, les individus sont encouragés à poursuivre leurs intérêts dans le cadre de règles de conduite formelles. Inversement, ces piliers normatifs et cognitifs façonnent les croyances, les décisions et les actions des individus par le biais de règles implicites concernant ce qui est moralement approprié dans une communauté ou une société (Suchman, 1995).

Dans le prolongement de cette perspective institutionnelle, les chercheurs en entrepreneuriat soulignent que les mentalités et les comportements entrepreneuriaux sont façonnés par les systèmes institutionnels réglementaires, normatifs et cognitifs qui contrôlent l'accès à un large éventail de ressources essentielles (Aldrich & Fiol, 1994 ; Lim et collab., 2010). Kibler et collab., (2014) affirment que les entrepreneurs s'alignent et se conforment aux règles, lois et normes sociales de l'environnement institutionnel au niveau macro pour gagner en efficacité économique et en légitimité sociale. Certains chercheurs ont également noté que la qualité des institutions locales peut jouer un rôle

crucial dans la réduction de l'incertitude entrepreneuriale et influencer la répartition des efforts entrepreneuriaux (Bowen et De Clercq, 2008).

Des recherches empiriques antérieures sur le lien entre les institutions et l'entrepreneuriat féminin font état de résultats mitigés. Par exemple, Yousafzai et collab., (2015) affirment que les dispositions institutionnelles réglementaires ont un impact positif sur la vision de l'entrepreneuriat féminin et sur le leadership entrepreneurial des femmes. De même, l'étude empirique de Goltz et collab., (2015) révèle que l'état de droit d'un pays est positivement lié à l'entrée des femmes dans l'entrepreneuriat. La recherche quantitative de Lee et ses collègues (2011) suggère cependant que l'effet de la politique de soutien du gouvernement sur la satisfaction des femmes entrepreneurs coréennes n'est pas statistiquement significatif. Thébaud (2015) a utilisé un échantillon de 28 775 personnes dans 24 pays à revenu élevé sur la période 2001-2008, et a montré que les services de garde d'enfants subventionnés par le gouvernement sont négativement liés à la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale, et a trouvé un soutien pour un niveau modéré des congés payés pour les mères, subventionnés par le gouvernement, comme un facteur déterminant de la propension des femmes à croître et à innover. Compte tenu de ces résultats divergeants, nous pouvons suggérer qu'une certaine complexité peut persister dans la relation entre les institutions et les comportements entrepreneuriaux des femmes. A ce propos, nous soulignons la nécessité d'étudier le processus séquentiel potentiel par lequel les institutions peuvent dynamiser ou nuire à la survie à long terme et à la croissance des entreprises des femmes entrepreneurs. Cette conclusion fait écho à la question abordée par les spécialistes de l'entrepreneuriat féminin selon laquelle les examens détaillés du mécanisme sous-jacent par lequel les dispositions institutionnelles affectent les résultats des femmes entrepreneures restent absentes (Hughes et collab., 2012).

2. Les aspects de la théorie institutionnelle

Les partisans de la théorie institutionnelle se concentrent sur trois aspects (Brush, De Bruin et Welter, 2009):

- la dimension régulatrice, qui se réfère à l'environnement légal et politique des entrepreneurs (lois, règles, politiques publiques, les droits de succession, la propriété des actifs, le système fiscal, l'accès au capital, le micro-crédit, les emprunts...),
- la dimension normative, qui se réfère à la vision de la société des rôles masculins et féminins, les systèmes familiaux et les espérances genrées, la religion et les croyances, l'appartenance ethnique (degré d'admiration et de valorisation des entrepreneurs...),
- la dimension cognitive, qui se réfère au niveau d'accès à l'éducation (la formation et l'utilisation d'information et de la technologie).

Sur toutes les dimensions, l'institution influence le choix et la direction des individus en attribuant des rôles et des normes qui déterminent quel comportement est acceptable et inacceptable pour des entrepreneurs dans une société (Busenitz, Gomez et Spencer, 2000). En effet, cette institution garantit la légitimité et définit les modes d'actions appropriés pour l'entrepreneur. Les institutions, s'elles sont bien appréhendées au niveau des pays, peuvent aider à expliquer l'écart de genre en entrepreneuriat (Soualhia et Mejbri, 2014). Par exemple, dans les pays où l'activité entrepreneuriale et l'égalité du genre est faible, les femmes ont des difficultés à accéder à l'éducation, une sous-représentation en politique et de faibles capacités de prise de décision à tous les niveaux (GEM, 2012, Global Gender Gap Report, 2012). Dans ces pays, la discrimination fondée sur le genre est souvent institutionnalisée légalement, conduisant à des lois, réglementations et règles discriminatoires sur les biens, les marchandises et les terrains, empêchant les femmes de jouir de manière égale des droits de propriété et de la succession (Banque mondiale, 2012).

En d'autres termes, Les institutions représentent un modèle de comportement rationnel des acteurs. Il s'agit de l'imposition, de l'application et de l'acceptation formelles de politiques, de règles, de lois et de sanctions qui affectent le comportement individuel dans les organisations et dans la société (Stenholm, Acs et Wuebker 2011). Les recherches ont montré que les institutions de régulation, soit au niveau organisationnel (par exemple, les règles sur le lieu de travail organisationnel les règles, le contrôle et les sanctions, qui servent de cadre aux organismes chargés de l'application

de la loi et aux tribunaux) peuvent influencer la légitimité et l'accès à l'entrepreneuriat (Webb, Kistruck, Ireland et Ketchen, 2009).

Par exemple, en République de Corée, la "loi de soutien aux femmes entrepreneures" promulguée par le gouvernement en 1999 a conduit à la création du "Centre de soutien aux femmes entrepreneures" qui fournit une assistance financière (prêts), une formation, une incubation d'entreprises et d'autres services (Kelley, Brush, Greene et Litovsky, 2012). En revanche, les entrepreneurs potentiels peuvent être découragés par la longueur de la paperasserie, des procédures et des règles et par les rapports à un ensemble d'institutions (De Soto, 2000). Capelleras et collab., (2008) ont montré que les pays fortement réglementés auront moins de nouvelles entreprises et que celles-ci se développeront plus lentement. De même, dans les pays où les institutions réglementaires sont instables, le manque de rigueur du cadre réglementaire (Aidis, 2005), l'absence de droits de propriété intellectuelle (Autio et Acs, 2010), ainsi que la corruption généralisée et l'application peu fiable des règlements (Aidis, Estrin et Mickiewicz, 2008) augmenteront le coût d'opportunité pour l'entrepreneuriat. Dans le contexte spécifique de l'entrepreneuriat féminin, Jamali (2009) a montré que le manque de soutien gouvernemental en termes de politique, de réglementation et d'obstacles juridiques entravait l'activité entrepreneuriale des femmes. De même, le rapport de la Banque mondiale sur les femmes entrepreneurs et le droit (Banque mondiale, 2012) a montré que dans plus de 75 % des économies mondiales, les opportunités économiques des femmes étaient limitées par une ou plusieurs différences juridiques entre les femmes et les hommes. D'autre part, des initiatives réglementaires telles que la législation sur le marché du travail, l'égalité formelle entre les sexes reconnue par la loi, la législation fiscale bénéficiant aux doubles revenus, les politiques familiales et sociales, et une infrastructure de garde d'enfants abordable peuvent faciliter l'activité économique des femmes. Ainsi, nous supposons qu'il existe une relation significative entre les institutions réglementaires et le bien-être des femmes dans un pays.

Dans un tel contexte institutionnel, indépendamment des aspirations personnelles, du soutien familial ou des conditions économiques favorables, il n'est pas surprenant que l'entrepreneuriat des femmes soit sévèrement limité.

L'analyse de genre est applicable à de nombreux domaines, y compris les institutions sociales, telles que la famille, les politiques publiques, les canaux médiatiques, le monde académique, etc (Ahl et Nelson, 2010).

3. Justification du choix de la théorie

Guiheux (2006) a suggéré que l'esprit d'entreprise dans un pays peut être considéré comme la somme des conséquences de l'adoption d'un agenda juridique (institutions formelles) et des mesures prises par la société (institutions informelles). Plusieurs chercheurs ont souligné la nécessité d'étudier la relation de l'environnement institutionnel et les entrepreneurs (Yang, 2002). Dans cette perspective, nous suivrons les trois dimensions institutionnelles de Scott (1995, 2001) susmentionnées ci-dessus, qui sont régulatrices, normatives et cognitives pour comprendre comment ces institutions favorisent à leur tour l'entrepreneuriat féminin. Les dimensions régulatrices peuvent être considérées comme le rôle joué par le gouvernement dans le soutien des activités entrepreneuriales dans un pays, la dimension normative est définie comme l'attitude générale du pays à l'égard des activités entrepreneuriales, et enfin la dimension cognitive comme la reconnaissance et la confiance en soi de l'entrepreneure.

Concernant le Maroc, plusieurs chercheurs tels que (Benradi, 2012) ont confirmé que, malgré les progrès récents en termes d'égalité des sexes, les femmes sont toujours impactées négativement par les coutumes de genre, ce qui les désavantage par rapport aux hommes à différents niveaux de l'économie, de la politique et de la société. Le Maroc étant caractérisé par une culture patriarcale (Naamane-Guessous, 1988) les femmes peuvent faire face à des obstacles qui ralentissent ou entravent leurs ambitions entrepreneuriales telles que leur environnement institutionnel. Pour cette raison, nous nous appuyons également sur la théorie institutionnelle comme cadre théorique de notre recherche. La théorie se concentre sur le rôle des systèmes sociaux, économiques et politiques dans lesquels les femmes entrepreneures opèrent et influencent certains choix et comportements entrepreneuriaux.

Dans la même veine, la théorie institutionnelle fournit un cadre conceptuel intéressant qui révélera les spécificités institutionnelles implicites et explicites pour les

femmes entrepreneures (De Bruin et collab., 2007; Aidis et collab., 2007; Baughn et collab., 2006). De plus en plus de chercheurs estiment qu'au lieu d'étudier l'entrepreneuriat féminin d'un point de vue unique (une seule théorie), ils doivent s'appuyer sur une approche de recherche plus diversifiée qui prend en compte la particularité du contexte de l'entrepreneur, en particulier les caractéristiques institutionnelles, à savoir le système juridique etc. Dans ce sens, il est intéressant de mener des recherches sur les femmes entrepreneures au Maroc, en accordant une attention particulière aux spécificités institutionnelles (Sarasvathy, 2004). En plus, la récente étude de Glidja (2019), a conclu l'existence d'un lien fort entre le succès entrepreneurial et l'appui institutionnel à l'entrepreneuriat féminin. D'où, l'intérêt de mobiliser cette théorie dans notre étude pour comprendre comment l'environnement institutionnel favorise la création et le développement des entreprises féminines.

Dans la section suivante, nous développerons le premier volet de nos propositions de recherche qui constituera un premier cadre d'analyse pour notre recherche. Ces propositions sont basées sur notre revue de littérature ainsi que nos investigations du terrain, notamment tirés des modèles entrepreneuriaux susmentionnés. Deux groupes de facteurs forment la première partie de nos propositions :

Les facteurs liés à l'entrepreneur (les motivations, l'expérience et le parcours scolaire) et les facteurs liés à son contexte familial (l'aide du conjoint, le rôle d'exemple d'entrepreneur, les responsabilités familiales).

Section 2 : Les facteurs liés à l'entrepreneur et à son contexte familial

Dans cette section, nous nous concentrerons sur deux types de facteurs qui peuvent favoriser la création et le développement d'entreprise, à savoir : les facteurs liés à l'entrepreneur et ceux liés à son contexte familial. Ces deux facteurs constituent la première partie des propositions de recherche de notre thèse. Nous signalons fortement l'importance des propositions de recherche dans la recherche qualitative, car elles constituent un guide pour les chercheurs menant des recherches spécifiques. Dans cette

section, les facteurs et les propositions de recherche à étudier et à analyser seront présentés en détail.

§1. Les facteurs liés à l'entrepreneur

Dans le contexte marocain, Boussetta (2013) a élaboré un lien fort entre la création d'une entreprise et les caractéristiques des entrepreneurs marocains, notamment : la motivation de l'entrepreneur, son niveau d'éducation et d'expérience. Ces facteurs sont retenus dans la majorité des modèles entrepreneuriaux qui traitent le sujet des femmes entrepreneures, Prenons un exemple ici : le modèle d'Ascher (2012) et de Lacasse (1990) considèrent la motivation et le parcours scolaire parmi les principaux facteurs liés à l'entrepreneur ayant une influence sur la création des entreprises féminines. Également, le modèle de Lerner, Brush et Hisrich (1997) représentent l'expérience professionnelle et la motivation.

En se basant sur les suggestions de ces auteurs et en retenant ces trois facteurs, nous formulons nos propositions, qui impliquent le rôle des facteurs liés à l'entrepreneur dans la création et le développement de leur entreprise: motivation, expérience professionnelle et parcours scolaire.

1. Les motivations

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, la motivation des entrepreneur (e) est citée comme un élément primordial qui incite l'entrepreneur (e) à créer son entreprise. Depuis les premières recherches, la théorie des motivations a été développée dans la littérature en entrepreneuriat. Cette théorie est fondée par deux concepts « push : négatif » et « pull : positif » (Shapero, 1975; Vesper, 1980), et tend à révéler si la raison principale pour laquelle les gens créent une entreprise est positive ou négative (Shapero, 1975). Pour les facteurs négatifs, il peut s'agir d'un changement « subi », par exemple, la frustration ou l'insatisfaction au travail, un licenciement, un revers professionnel, des conditions de travail inadéquates, un revenu faible, des horaires de travail non flexibles, de faibles opportunités du travail ou encore un accident dans la vie familiale, comme un divorce ou le décès d'un proche (Itani et collab., 2011). Ces événements encouragent les gens et

peuvent les amener à prendre des décisions concernant leurs perspectives de carrière. Ils peuvent alors choisir de créer ou de reprendre l'entreprise. Par contre, des facteurs positifs peuvent également être générés après des événements personnels, qui déclenchent le désir de certaines personnes de changer de carrière, comme le besoin de réussite, les rencontres avec de futurs employés ou partenaires, et l'identification d'opportunités. En effet, il est évident qu'un événement important, qu'il soit positif ou négatif, affectera la vie d'un entrepreneur potentiel et peut agir comme un catalyseur pour déclencher son désir de devenir entrepreneur.

Le développement du travail indépendant des femmes et des entrepreneurs féminins a incité certains chercheurs à étudier les motivations qui poussent les femmes à créer leur propre entreprise (Carr, 1996). Selon des recherches antérieures, de multiples facteurs font que les femmes deviennent entrepreneures. Certains auteurs qui s'intéressent à l'entrepreneuriat féminin utilisent la théorie des motivations pull/push pour étudier les raisons qui attirent les femmes vers l'entrepreneuriat. McClelland et collab., (2005) soulignent que toutes les femmes entrepreneures interrogées pendant la période de recherche rapportent un événement important dans leur vie, qui a déclenché leur intention de créer leur propre entreprise. Généralement, les facteurs déclencheurs pour lancer une affaire sont importants pour agir sur l'action d'entreprendre (Hisrich et Peters, 2002). Dans les activités entrepreneuriales féminines, des recherches et des analyses approfondies (Alstete, 2003; Orhan et Scott, 2001; Mcelwee et Riyami, 2003; Sarri et Trihopoulou, 2005; Naser et collab., 2009) ont été menées sur les motivations (négatives ou positives) pour créer une entreprise. La recherche d'Alam et collab., (2011) concernant les femmes entrepreneures en Malaisie, souligne qu'il existe une relation importante entre les motivations des femmes entrepreneures et leur réussite.

Certains auteurs tentent d'analyser la nature des motivations en fonction d'appartenance des femmes (pays développés ou en développement). Comme indiqué dans la littérature, dans certains pays, en particulier les pays en développement, les femmes sont plus motivées par des facteurs «de nécessité» ou négatifs (Dhaliwal, 1998). Par contre, les femmes dans les pays développés sont davantage motivées par des facteurs «d'opportunité» (Carter et Cannon, 1992).

Dans le contexte marocain, quelques études sur les femmes entrepreneures marocaines indiquent que leurs motivations dépendent de la situation économique et sociale de chaque femme (Bihas et collab., 1997). Dans cet ordre d'idée, Saidi (2003, p.153) utilise cela comme arrière-plan pour discuter de l'influence des disparités des classes sociales sur l'activité des femmes marocaines. Il souligne que les femmes qui appartiennent à une classe sociale aisée ont plus de choix dans les affaires économiques, et peuvent obtenir plus d'opportunités sur le marché par rapport à celles appartenant à une classe moyenne inférieure, de la classe ouvrière, des femmes urbaines pauvres ou des femmes rurales. Cependant, la plupart des études (Boussetta, 2011, Enquête de l'association des femmes entrepreneures marocaines, 2010, Gray et Finlez-Hervey, 2005) soulignent que les femmes marocaines ont tendance à entreprendre par nécessité plutôt que par opportunité.

Selon (Benazzi et Benazzi, 2016), la réussite dans un projet se base essentiellement sur la motivation, c'est cette dernière qui alimente l'esprit de la femme entrepreneure et qui lui permet de réussir son projet.

D'où l'importance de comprendre le rôle que peuvent jouer les motivations des femmes entrepreneures marocaines sur leur décision d'entreprendre.

2. L'expérience

L'expérience est un autre facteur lié à l'entrepreneur qui peut favoriser la création et le développement de son entreprise. L'approche des caractéristiques individuelles ou par les traits stipule que les entrepreneurs ont la même expérience professionnelle et entrepreneuriale. Par conséquent, l'expérience ou les expériences professionnelles acquises dans le passé devraient être très importantes pour les futurs entrepreneurs (Filion, L'Heureux, Kadji-Youleau et Bellavance, 2002) Cela veut dire que la décision de créer une entreprise est intimement liée à l'expérience du créateur.

Dans cette perspective, la majorité des études (Shane, 2000) ont souligné l'importance des connaissances préalables et les expériences antérieures (Ucbasaran, Westhead et Binks, 2003) accumulées au cours d'une carrière dans le salariat. L'expérience est déterminante pour certains entrepreneurs qui tentent d'identifier

certaines opportunités que d'autres n'ont pas découvertes. Une étude menée par l'OCDE (2004) souligne que le monde des affaires est un domaine avec nombreuses expériences réussies. Par ailleurs, il est évident qu'avoir suffisamment d'expérience pour pouvoir saisir les bonnes opportunités ou gérer une affaire est un avantage. Une étude de Fayolle (1994) montre que l'expérience antérieure joue un rôle essentiel dans la création et le développement d'une entreprise. Selon Bygrave et Starr (1991), plus un entrepreneur a d'expérience, plus son entreprise a de chances de réussir. Saporta (1994) estime que l'expérience antérieure des entrepreneurs est essentielle à la réussite des projets. En effet, selon Légaré et St-Cyr (2000), le manque d'expérience pertinente est un obstacle majeur, notamment chez les femmes qui souhaitent devenir entrepreneures.

Concernant le Maroc, les recherches (Bihas et collab., 1997; Boussetta, 2011; Gray et Finlez Herve, 2005) montrent que les femmes entrepreneures marocaines s'appuient essentiellement sur leur expérience pour créer une entreprise. Elles considèrent leur expérience ou leur expertise comme principal atout pour réussir dans la création d'entreprise (Bihas et collab., 1997, Enquête de l'association des femmes entrepreneures marocaines, 2010). En effet, (Benazzi et Benazzi, 2016, p 152) ont confirmé que « *On peut même dire qu'une grande continuité existe entre cette ancienne expérience et l'entreprise créée ou gérée. Ainsi, souvent il ne s'agit pas d'une véritable rupture dans la trajectoire professionnelle des femmes. Bien au contraire, cette continuité joue un rôle important dans la réussite et la croissance de leur entreprise* ».

Selon ce qui précède, nous allons chercher à déterminer si l'expérience est un facteur susceptible de favoriser la création et le développement des entreprises féminines de notre échantillon.

3. Le niveau scolaire

Le niveau scolaire est également un facteur qui affecte la création et le développement d'entreprise chez une personne. Partout dans le monde, les femmes instruites sont plus susceptibles d'obtenir des opportunités de carrière avec de bons salaires.

Plusieurs études ont examiné le rôle primordial que joue le niveau scolaire sur l'acte d'entreprendre (Sarhan et Boudabbous, 2014). La littérature mentionne spécifiquement la place des formations de l'entrepreneuriat organisées dans ce domaine. Certaines études ont essayé de mesurer l'efficacité des programmes d'éducation de l'entrepreneuriat. Nous pouvons citer quelques exemples, comme les travaux d'Ajzen (1991) et sa théorie du comportement planifié (Ajzen, 2002), ainsi d'autres travaux qui mettent l'accent sur l'impact de l'environnement académique sur les attitudes professionnelles des étudiants envers l'entrepreneuriat (Tounes, 2003; Abdul Kadir et collab., 2012; El Kharraz, Nassimi et El Kharraz, 2016). Ehrlich et collab., (2000) montrent que l'enseignement d'entrepreneuriat a un impact favorable sur les créateurs d'entreprises, car il améliore le niveau de leurs caractéristiques ainsi que la probabilité de créer une entreprise dans un proche avenir. Ces études nous fournissent des informations spécifiques sur les étudiants ayant suivi une formation scolaire ou universitaire. Cependant, peu d'études renseignent sur le rôle que le niveau scolaire pourrait jouer (le fait d'avoir un diplôme ou non) dans la prise de décision de création d'entreprise (Arasti, 2008).

Certains chercheurs montrent qu'il existe une relation positive entre le niveau scolaire des entrepreneurs et la performance de leur entreprise. Selon Cooper, Folta, Gimeno-Gascon, et Woo (1992), avoir un diplôme d'études secondaires a un effet bénéfique sur la survie des petites entreprises. Plusieurs études constatent que les études peuvent avoir un lien avec un certain nombre de caractéristiques entrepreneuriales telles que les connaissances, les compétences, la motivation, la confiance en soi, la capacité à résoudre des problèmes, l'engagement et la discipline (Rauch et Freese, 2000 ; Olakitan et Ayobami, 2011 ; Mendryk et Dylon, 2014). Certains auteurs estiment que des diplômes plus élevés peuvent permettre aux entrepreneurs de mieux faire face aux obstacles et de trouver des opportunités pour le développement de leur entreprise (Mandelman et Montes-Rojas, 2009). Ainsi, une étude menée par Lee et Rogoff (2004) aux États-Unis montre que le niveau scolaire joue un rôle important dans l'éveil de la stimulation des entrepreneurs. Une étude en Malaisie révèle que 70% des femmes entrepreneures ont

atteint le premier cycle, et ont lancé et développé avec succès leur propre entreprise (Alam, Mohd Jani et Omar, 2011).

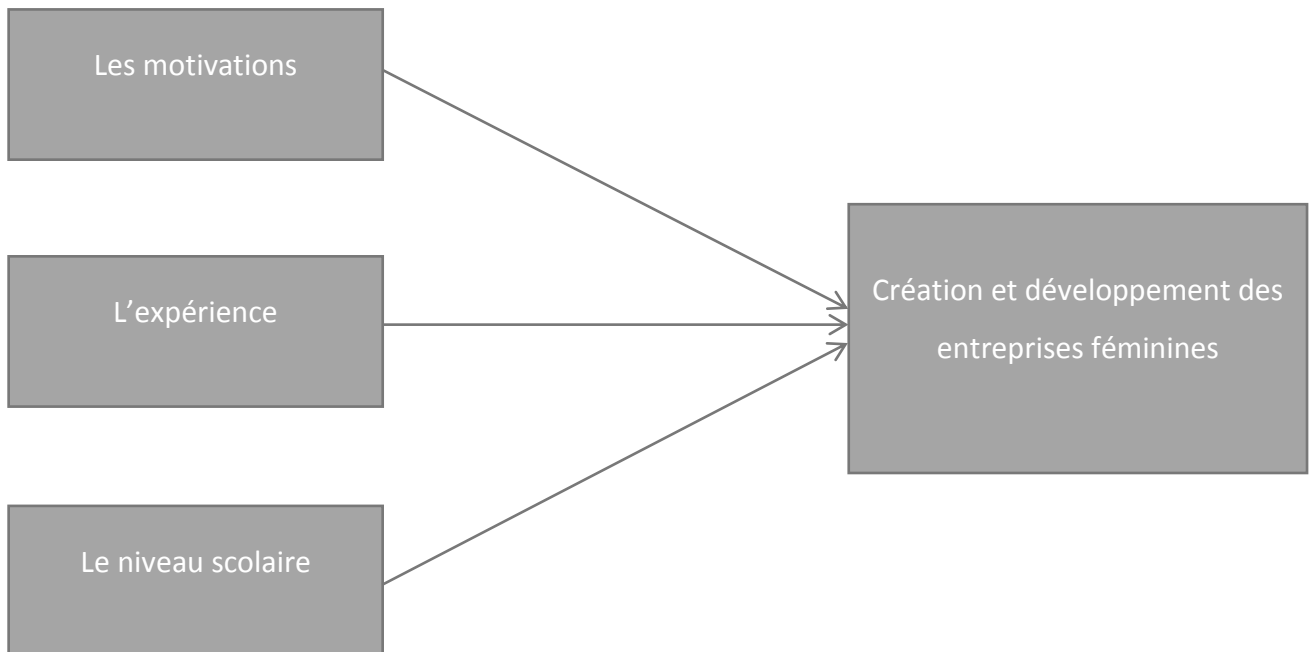
En ce qui concerne le Maroc, des recherches montrent que de plus en plus de jeunes marocains comptent sur leurs diplômes ou formations pour se lancer dans la création d'entreprise (Belhaj, 2005). La plupart d'entre eux profitent des programmes créés par le gouvernement marocain pour les jeunes diplômés afin de créer leurs propres emplois (El Ouarat et Arouch, 2015 ; Jouad, Bouichou, Moufdi & Alaoui), comme le programme Moukawalati ou jeune promoteur (Des programmes dédiées spécialement aux femmes tels que : Min Ajliki et Ilayki). Ces programmes sont destinés à accompagner et soutenir les jeunes marocains qui souhaitent créer une entreprise après l'obtention de leur diplôme (Boussetta, 2013). Par conséquent, le diplôme peut être un atout pour les jeunes marocaines pour se lancer dans le monde des affaires.

Les trois facteurs liés à l'entrepreneure mentionnés ci-dessus nous permettent de formuler la proposition suivante :

- Proposition 1 : les facteurs liés à l'entrepreneure (les motivations, l'expérience et le niveau scolaire) favorisent la création et le développement des entreprises féminines.

Le schéma ci-dessous illustre les différents facteurs que nous avons qualifiés de facteurs liés à l'entrepreneure susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines.

Figure 9: Les facteurs liés à l'entrepreneure susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines



Source : Faite par nos soins.

§2. Les facteurs liés à son contexte familial

La famille joue un rôle primordial dans la création et le développement des entreprises et a été suffisamment traitée dans la littérature (Aldrich et Cliff, 2003 ; Winn 2004 ; Brindley, 2005 ; Itani et collab., 2011 ; Alam et collab., 2011 ; Le Loarne-Lemaire, 2011, 2013). Elle encourage et incite le projet de l'entrepreneur (Fayolle, 2004). En effet, la majorité des modèles entrepreneuriaux soulignent l'importance du rôle du cercle familial dans l'entrepreneuriat féminin. Tous les modèles mentionnés dans notre recherche (le modèle de Lacasse, 1990, le modèle de Shabir et Di Gregorio, 1996; le modèle de Lerner, Brush et Hisrich, 1997 et le modèle d'Ascher, 2012) mettent l'accent sur l'impact du milieu familial sur le succès ou l'échec de la femme entrepreneure.

De ce fait, les principaux facteurs liés à son contexte familial que nous retenons dans notre étude : le soutien du conjoint, le modèle d'entrepreneur et les responsabilités

familiales. Ces derniers peuvent jouer un rôle essentiel dans la décision de création d'entreprise. Comme a été confirmé par Brière et collab., (2014, p.90) « *la famille occupe une place centrale dans la vie des femmes entrepreneures, que ce soit leurs parents, leur conjoint ou leurs enfants. Le soutien familial pour démarrer une entreprise semble donc crucial pour les femmes, y compris le soutien moral et financier* ».

1. Le soutien du conjoint

La littérature démontre l'importance du soutien fourni par le conjoint pour les femmes entrepreneures (House, 1981). Selon Le loarne-lemaire (2013), le conjoint est le soutien numéro un de la femme entrepreneure. Plusieurs études (Winkler et Ireland, 2009) ont confirmé l'extrême importance de ce dernier dans l'entrepreneuriat familial. Certains auteurs (Kirkwood, 2009) ont montré que ce soutien est plus important pour les femmes entrepreneures que pour les hommes entrepreneurs, ce qui illustre la tendance des femmes à créer des entreprises avec leur mari (Nelton, 1998). Le soutien du conjoint peut être de plusieurs ordres : professionnel (des contacts, des conseils), financier (fournir le capital de démarrage, se porter garant pour une demande de crédit, financer quelques investissements), moral (présence, écoute, encouragements surtout dans des moments difficiles), familial (aller chercher les enfants à l'école, les conduire sur leurs lieux de loisirs, les aider dans leurs devoirs).

Dans la plupart des cas, le conjoint fait des investissements financiers dans l'entreprise de son épouse (Le Loarne-Lemaire, 2013). Dans la même veine, Gundry et Welsch (1994) estiment que le conjoint constitue une partie prenante incontestable car il a un réel pouvoir de décision sur l'investissement du capital de démarrage, généralement issu de l'épargne de la famille/couple. Daviddson et Honig (2003), dans leur étude qualitative sur l'identification des parties de soutien social au nouvel entrepreneur, soulignent le rôle du conjoint comme facilitateur, ou au contraire, comme frein à la décision de lancer une entreprise. Shabbir et Di Gregorio (1996) ont tenté de comprendre comment les facteurs structurels influencent l'activité des femmes entrepreneures au Pakistan et le soutien familial a été ressorti comme un facteur de réussite en affaires, celui du conjoint en particulier (Winkler et Ireland, 2009; Le Loarne-Lemaire, 2013).

Dans le contexte marocain, Bihas et collab., (1997) soulignent que pour la femme marocaine, le conjoint constitue le soutien financier pour la création et le développement de son projet. Cette constatation est étayée par d'autres études, en particulier Boussetta (2011) ; Gray et Finlez-Hervey (2005) et Constantinidis et collab., (2017). De plus, son rôle s'étend également à d'autres niveaux. Le mari occupe souvent une place centrale au sein de la société de son épouse. Outre le financement, dans certains cas, il participe directement à la gestion quotidienne d'entreprise (Rachdi, 2016), ce qui illustre le caractère familial de l'entreprise féminine au Maroc (Bihas et collab., 1997).

Par conséquent, le conjoint semble être un élément important dans la création et le développement des entreprises féminines de notre échantillon.

2. Le rôle de l'exemple d'entrepreneur

Plusieurs études ont pris l'existence de modèles d'entrepreneurs au sein de la famille comme des facteurs qui influencent la motivation à devenir entrepreneurs (Brockhaus et Nord, 1979; Global Entrepreneurship Monitor, 2004; Salhi, 2011). Certaines études (Tounes, 2003 ; Begley et collab., 1997) soulignent que l'existence de modèles d'entrepreneurs potentiels affectera la création et le développement des entreprises. Par conséquent, Gase et D'Amours (2000) ont signalé dans leur recherche que 50% des répondants ont des entrepreneurs proches. L'étude de Diochon et collab., (2001) ont eu les mêmes résultats sur les entrepreneurs canadiens émergents, 46% d'entre eux ont déclaré que leurs parents étaient des entrepreneurs ou des propriétaires d'entreprise.

Des auteurs (Watkins et Watkins, 1983; Belcourt et collab., 1991 ; Scott et Twomey, 1988) ont pu prouver qu'il existe un lien fort entre le rôle des proches comme modèles et la préférence d'un individu pour une carrière autonome. Notamment, Shapero et Sokol (1982) avancent que la famille, en particulier le père ou la mère, joue un rôle très puissant dans le développement de la désirabilité et la faisabilité d'une personne pour la création d'entreprise. Hisrich et collab., (1991) affirment cette relation en mentionnant que le milieu familial joue un rôle important puisqu'un grand nombre de femmes entrepreneures sont issues d'un père ou d'un mari lui-même entrepreneur. De plus,

l'appartenance à une famille d'entrepreneurs peut renforcer fortement l'esprit d'entreprise chez une personne. Par conséquent, Boussetta (2011) estime que les parents ou le mari entrepreneur ont une certaine influence sur le choix de la fille ou de l'épouse pour créer une entreprise. Ce type d'influence existe encore même au niveau de la gestion et du développement de l'entreprise.

Concernant les femmes entrepreneures marocaines, le caractère familial de leurs entreprises peut indiquer que la famille influence la décision des femmes pour devenir entrepreneures, cela veut dire que ces femmes ont décidé de créer leur propre entreprise en suivant l'exemple des entrepreneurs proches (Jouad, Moufdi et Mansouri, 2019). Cependant, des recherches montrent que plusieurs marocaines créent leur entreprise suite à une décision personnelle et non pas suite à une influence de leur entourage (Boussetta, 2011).

Par conséquent, dans notre échantillon, l'étude du rôle de l'exemple d'entrepreneur est essentielle pour les femmes entrepreneures au Maroc.

3. Les responsabilités familiales

Selon Andria et Gabarret (2016) la recherche d'une certaine flexibilité entre vie professionnelle et vie familiale a un rôle important pour les femmes. C'est pour cela, les responsabilités familiales peuvent être un autre facteur qui favorisent l'idée d'entreprendre chez les femmes. Il est important de rappeler que la plupart des femmes assument une grande partie des responsabilités familiales en même temps que leurs responsabilités professionnelles. Par conséquent, les responsabilités familiales peuvent exercer une forte pression sur les femmes qui exercent une activité du salariat (Mordi, Simpson, Singh et Okafor, 2010). Beaucoup d'entre elles choisissent le chemin de l'entrepreneuriat pour concilier leur vie professionnelle et leur vie familiale (Roomi et collab., 2009 ; Itani et collab., 2011). Selon Justo et collab., (2005), la situation familiale de l'entrepreneur peut avoir une influence significative sur la décision de création d'entreprise. Un certain nombre d'études (Brush 1992, 1990) ont montré que l'entrepreneuriat permet aux femmes d'avoir une plus grande flexibilité pour concilier les responsabilités familiales et professionnelles. Comme Moul et Anderson (2005) mettent

en avant le choix de la création d'entreprise chez les femmes, en se basant sur la nécessité d'équilibrer les responsabilités professionnelles et familiales. En ce sens, le travail indépendant offre la plus grande flexibilité en termes de temps, de lieu et de charge de travail (Williams, 2004).

La littérature sur ce sujet montre que la principale préoccupation des parents qui travaillent est l'éducation et la scolarisation de leurs enfants. Des études (Carr, 1996) montrent que la présence d'enfants et leur nombre sont positivement corrélés à la probabilité que la mère exerce un travail indépendant ou travaille à domicile. Ces études montrent que les femmes ont tendance à s'engager dans la création d'entreprise pour passer plus de temps avec leurs enfants (Williams, 2004).

Dans un autre ordre d'idées, il convient de préciser l'existence d'autres études (Neider, 1987; Brush, 1990) qui signalent que l'un des obstacles à l'entrepreneuriat féminin est la difficulté de gérer le travail extérieur et le travail domestique. Selon Hundley (2001), s'occuper des enfants a une influence négative sur les femmes qui ont un statut d'indépendant, car cela réduit leur revenu potentiel. Williams (2004) a également mentionné l'impact négatif de la présence des enfants sur la réussite d'une entreprise. Selon l'auteur, la présence d'enfants absorbera des ressources qui pourraient être utilisées pour l'activité, réduisant ainsi la probabilité de réussite de l'acte entrepreneurial.

Concernant le Maroc, les changements juridiques, économiques et sociaux vécus par la société marocaine ont eu un impact sur les familles marocaines (Alami-M'chichi, Benradi, Chakir, Mouaqit, Saadi, Yaakoubd, 2003). En effet, la plupart des marocains sont favorables au travail des femmes à l'extérieur du foyer (Conseil Economique, Social et Environnemental, 2014). Néanmoins, ces points de vue ne visent pas à remettre en question le rôle social attribué aux activités familiales des femmes, y compris l'éducation des enfants et à la création de revenus familiaux pour les hommes (Saidi, 2003). Une étude sur la conciliation travail-famille des femmes mariées montrent qu'elles doivent « négocier » avec les deux sphères, et en cas de conflit, la famille et les enfants ont généralement la priorité (Ministère de la Fonction Publique Marocain, 2011). L'étude

conclut que les responsabilités professionnelles interfèrent avec leur vie de famille. Par ailleurs, la grande majorité des hommes mariés ne permettent pas à la vie de famille d'interférer avec le travail (Ministère de la Fonction Publique Marocain, 2011).

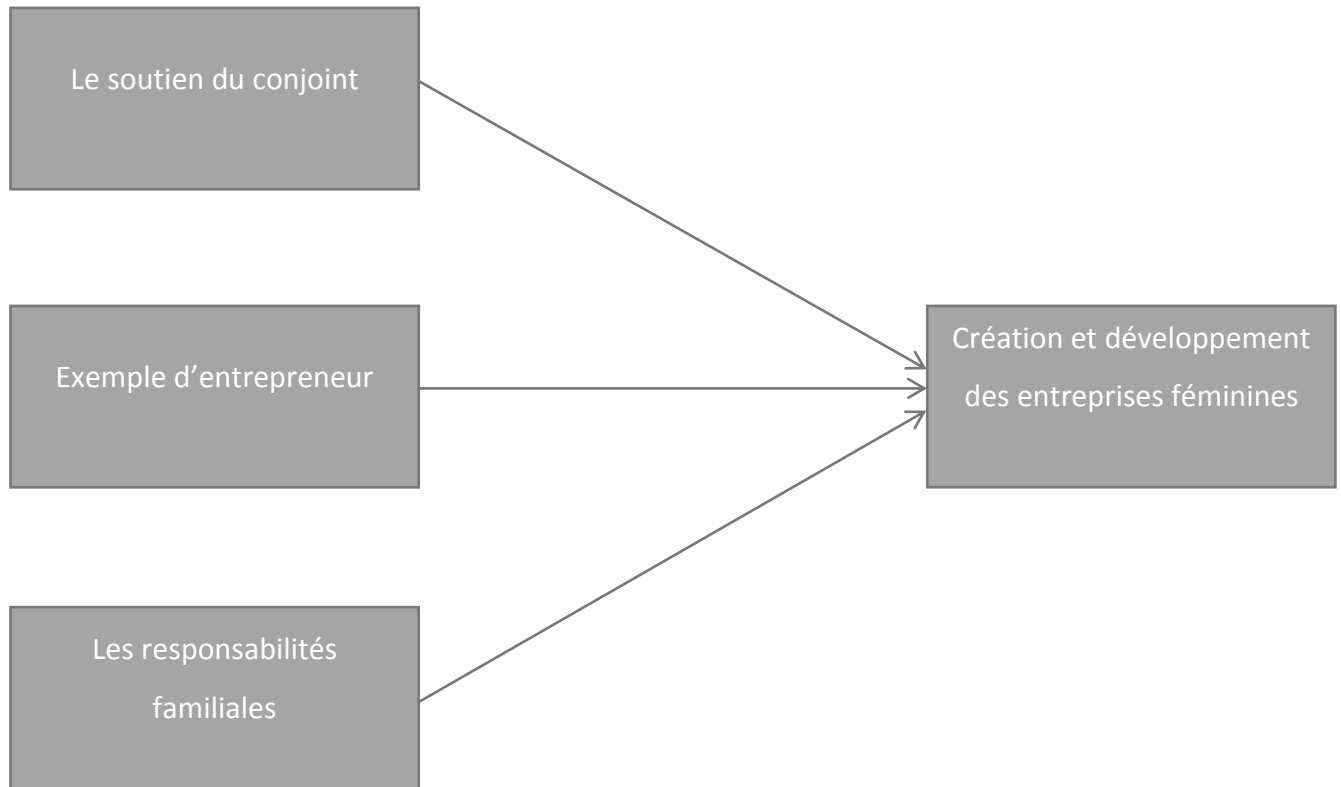
Saidi (2003) indique que le manque d'institutions de garde d'enfants (crèches, garderies d'enfants, etc.) incite les femmes marocaines à choisir des professions indépendantes, ce qui leur offre une plus grande flexibilité pour concilier emploi et responsabilités familiales. Mais, les femmes entrepreneures, comme d'autres, soulignent que même si elles sont indépendantes, la conciliation entre la vie privée et professionnelle reste un obstacle fondamental (Rachdi, 2006).

A ce titre, les responsabilités familiales est un facteur qui peut être en faveur de la création et le développement des entreprises féminines de notre échantillon. D'où notre deuxième proposition :

- Proposition 2 : Les facteurs liés à son contexte familial (le soutien du conjoint, l'exemple d'entrepreneur et les responsabilités familiales) favorisent la création et le développement des entreprises féminines.

Le schéma ci-dessous illustre les différents facteurs que nous avons qualifiés de facteurs liés au contexte familial de l'entrepreneure qui peuvent agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines.

Figure 10: Les facteurs liés à son contexte familial susceptibles d’agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines



Source : Faite par nos soins

Section 3 : Les facteurs liés aux institutions et aux relations professionnelles

Dans cette section, nous aborderons la deuxième partie des propositions de recherche qui sont favorables à la création et au développement des entreprises féminines au Maroc, à savoir : les facteurs liés aux institutions (Administration, structures d’accompagnement et banques) et les facteurs liés aux relations professionnelles (réseaux professionnels ; relations avec les collaborateurs et relations avec les clients). Ces deux

types de facteurs constituent la deuxième partie de notre recherche. Cette section détaillera les propositions de recherche qui seront étudiées et analysées.

§1. Les facteurs liés aux institutions

De plus en plus de chercheurs insistent sur la nécessité d'étudier l'impact de l'environnement institutionnel sur la décision de création et du développement d'entreprise, qu'il soit positif ou négatif (Ahl et Nelson, 2010 ; Hughes et collab., 2012). Selon Boussetta (2011), la relation des femmes avec l'administration, les structures d'accompagnement et les banques est importante pour elles, car leurs motivations, leurs atouts et leurs compétences professionnelles sont différentes par rapport à leurs homologues masculins. Par conséquent, ces institutions jouent un rôle déterminant dans leur réussite ou leur échec.

De ce fait, au niveau institutionnel, trois facteurs fondamentaux doivent être étudiés dans le cas des femmes entrepreneures marocaines : la relation avec l'administration, le rôle des structures d'accompagnement et les banques.

1. La relation avec l'administration

Dans un pays, plus les procédures administratives sont simples et courtes, plus la tendance des entrepreneurs potentiels à créer des entreprises est élevée, comme Bagher Gorji et Paria (2011) le confirment.

Bien que de nombreux gouvernements aient fait des efforts pour encourager les activités entrepreneuriales des femmes, la réalité est différente dans de nombreux pays du monde, cela veut dire que ces tentatives n'ont pas d'impact et sont encore insuffisantes. La recherche de De Bruin et collab., (2007) montre que des plans et des stratégies gouvernementaux efficaces sont nécessaires pour promouvoir et encourager les femmes qui sont ou veulent devenir entrepreneures (De Bruin, Brush, et Welter, 2007). Selon Singh et Belwal (2008), les femmes entrepreneures pensent qu'elles sont souvent confrontées à des problèmes à cause du manque de soutien gouvernemental. Des procédures d'enregistrement compliquées peuvent empêcher certaines femmes qui dirigent de petites entreprises de s'enregistrer légalement (Tambunan, 2009).

Cependant, certains gouvernements travaillent dur pour encourager les femmes à créer leur propre entreprise, mais de nombreuses femmes ignorent ces plans de promotion (Itani et collab., 2011). Toutefois, les femmes se heurtent encore à de nombreux obstacles administratifs et institutionnels, en particulier dans les pays en développement. Dans certains pays, les lois discriminatoires à l'égard des femmes sont le principal obstacle à la création et au développement de leur entreprise. Tout comme l'Arabie saoudite, les femmes ne peuvent pas enregistrer leur propre entreprise et leurs maris doivent le faire à leur place (Welsh et collab., 2014).

Concernant le Maroc, Bihas et collab., (1997) ont souligné avec insistance que l'attitude de l'administration au stade de la création d'entreprise envers les entrepreneurs est similaire pour les hommes et les femmes. Cependant, les femmes souffrent plus que les hommes, car ceux-ci ont plus d'expérience et en savent plus sur les mécanismes administratifs. Ils ont conclu que les femmes estiment que l'accompagnement des hommes dans les démarches administratives peut accélérer le processus (Bihas et collab., 1997). L'enquête menée auprès de 500 femmes entrepreneures par l'association des femmes marocaines (2010), confirme cette constatation, car les femmes placent les problèmes administratifs en troisième position parmi les difficultés rencontrées.

Selon l'étude de Constantinidis et collab., (2017), les femmes marocaines interviewées pointent un environnement dissuasif et peu coopératif, et cela même si le gouvernement annonce régulièrement sa volonté de soutenir l'entrepreneuriat féminin en mettant en place plusieurs programmes étatiques pour accompagner et sécuriser le démarrage de l'entreprise. Ces efforts prennent forme à travers la création des centres régionaux d'investissement, et de l'Agence Nationale pour la Promotion de la PME, ainsi que la mise en place du comité national de l'environnement des affaires. La complexité et la lenteur des procédures administratives touchent aussi bien les hommes que les femmes, ce qui constitue un frein pour les entrepreneures marocaines. Alors que, l'administration constitue le premier interlocuteur garant de la réussite d'installation d'un jeune entrepreneur.

Par conséquent, le rôle de l'administration s'avère être important pour les femmes entrepreneures marocaines de notre échantillon.

2. Le rôle des structures d'accompagnement

Concernant les structures d'accompagnement, les recherches (Sammur, 2003 ; Léger-Jarniou, 2008 ; Messeghem, Carrier, Sammur, Thurik, Chabaud, 2013 ; Richomme-Huet, d'Audria, 2013 ; Cloutier, Cueille, Recassens, 2014 ; Bacha et collab., 2016) sur ce sujet montrent qu'elles sont très importantes pour accompagner les porteurs de projets, notamment dans le processus de création d'entreprise. Les principaux outils pour encourager et soutenir la création d'entreprise sont la sensibilisation, l'accueil, l'information, les suggestions, la formation, l'accompagnement et le financement des créateurs potentiels. Selon Bacha et collab., (2016) Le soutien qu'apporte les structures d'accompagnement aux entrepreneurs améliore considérablement les chances de succès de leurs entreprises. D'ailleurs, beaucoup d'auteurs (Sammur, 2003 ; Léger-Jarniou, 2008 ; Yusuf, 2012 ; Messeghem, Carrier, Sammur, Thurik, Chabaud, 2013 ; Cloutier, Cueille, Recassens, 2014) ont mis en avant une relation positive entre accompagnement entrepreneurial et performance de l'entreprise créée. L'encouragement pour créer une nouvelle entreprise dans la structure de soutien est considéré comme un facteur clé du succès des femmes entrepreneures (Brush, 1992).

D'autres études sont également allées dans le même sens et ont montré le rôle important des structures de soutien dans la réussite des petites entreprises. Par exemple, Julien (2000) a mis l'accent sur le rôle capital de la structure d'appui, considérée comme un catalyseur du développement des compétences managériales et entrepreneuriales des porteurs de projets par l'encadrement et l'accompagnement personnel (Audet et collab., 2004).

En outre, certains pays ont compris l'importance du rôle que les organismes d'appui peuvent jouer dans la promotion de l'esprit d'entreprise des femmes et ont créé des centres spéciaux pour appuyer les procédures d'installation des femmes chefs de projet. Par exemple, la recherche menée par Naser et collab., (2009) a révélé aux Émirats arabes unis que le gouvernement de ce pays n'hésitait pas à prendre des mesures

proactives pour encourager les femmes à créer leur propre entreprise en leur permettant d'acquérir les informations et les compétences techniques essentielles nécessaires pour créer une entreprise. L'auteur mentionne que ces programmes s'adressent principalement aux étudiantes qui ont terminé leurs études et ont décidé de créer une entreprise (Naser et collab., 2009).

En ce qui concerne le Maroc, Boussetta (2011) a constaté dans son étude sur les femmes entrepreneures marocaines que seules quelques personnes connaissent la structure publique de soutien. L'auteur a mis en doute la faible communication de ces institutions et le fait qu'une telle communication devrait « attirer » les femmes entrepreneures, plutôt que d'attendre qu'elles soient sollicitées. De même, dans la récente étude de Constantinidis et collab., (2017) sur le profil des femmes entrepreneures marocaine, les auteurs signalent que les femmes ne sont pas satisfaites de la qualité des services offerts par ces structures d'accompagnement.

Une enquête menée par l'Association des femmes chefs d'entreprises marocaines sur cette question (2010) a également montré que peu de femmes utilisent les multiples services de ces institutions. Parmi les femmes interrogées, peu de femmes ont pu bénéficier de l'aide d'agences de soutien, et la plupart d'entre elles ont déclaré qu'une telle aide était très utile. Cela se reflète dans les différents services fournis par ces institutions : conseil / information, études de projet, formation et financement. L'accompagnement reçu est d'une importance décisive pour créer des affaires pour certaines d'entre elles ou gérer pour d'autres, la survie et l'expansion. L'enquête a conclu que la plupart des femmes entrepreneurs interrogées n'ont généralement pas reconnu l'importance de ces institutions d'appui dans la gestion et la durabilité des entreprises féminines. Cependant, certaines études ont souligné l'importance que ces institutions peuvent jouer dans la création et la pérennité des entreprises féminines (OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économiques, 2014) surtout avec la mise en place du centre Min Ajliki et Ilayki.

Par conséquent, comme le montre la littérature, les structures d'accompagnement peuvent jouer un rôle important pour les femmes entrepreneures. D'où, l'intérêt d'étudier leur effet sur les femmes entrepreneures marocaines de notre échantillon.

3. Les institutions financières

L'accès au financement n'est pas seulement essentiel pour lancer un nouveau projet, il est également essentiel à son développement (GEM : Global Entrepreneurship Monitor, 2010). Les institutions financières jouent un rôle essentiel dans la promotion de la croissance d'activités entrepreneuriales.

Les fonds jouent un rôle essentiel dans la promotion et le développement de l'entreprise. L'un des principaux obstacles au comportement entrepreneurial est l'incapacité de répondre aux exigences financières pour la création de nouvelles entreprises (Fouquet, 2005), notamment, dans les pays en développement où le système financier est caractérisé par sa rigidité (Alam et collab., 2011). En particulier, les femmes qui sont ou veulent devenir entrepreneurs se plaignent du manque de ressources financières (Halkias et collab., 2011 ; Fielden et Dawe, 2004).

Dans la littérature, certains chercheurs suggèrent que les femmes souffrent de discrimination de la part des institutions financières, tandis que d'autres auteurs ont un avis différent sur cette question. Carter et collab., (2001), Légaré et St-Cyr (2000), et Roomi et collab., (2009) ont souligné que les femmes sont victimes de discrimination en termes de financement de leurs activités. Coleman (2000) a constaté que les femmes ont une proportion plus élevée de refus de demandes de financement et que les conditions de crédit qui leur sont imposées sont également plus pauvres. Les femmes sont souvent obligées de payer des taux d'intérêt plus élevés et de fournir plus de garanties. Cependant, Coleman (2000) a mentionné que le refus de financement est principalement lié aux caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures et de leurs entreprises, et non à des raisons discriminatoires. À cet égard, l'auteur souligne que les organisations financières sont discriminatoires. A cet effet, les institutions financières refusent l'octroi des crédits pour des raisons économiques, telles que la taille de l'entreprise, le secteur

d'activité, la rentabilité, les antécédents de crédit, etc., Goodwill et capacité à fournir des garanties.

Néanmoins, Carrington (2004) montre qu'il y a autant de femmes que d'hommes qui obtiennent les fonds nécessaires. L'auteure mentionne qu'il n'y a pas de différences entre les hommes et les femmes en termes d'obtention du crédit lorsque les comparaisons sont effectuées auprès d'entreprises similaires en termes d'âge, de taille et de secteur d'activité. Webb (1996) est arrivé à peu près à la même conclusion. Selon l'auteur, les entreprises dirigées par des femmes sont difficiles à financer. Cependant, ils ne présentent pas un risque plus élevé pour les prêteurs (Banque mondiale, 2005). De plus, les femmes ont moins recours aux prêts bancaires car elles estiment qu'elles sont plus vulnérables aux exigences bancaires élevées que les hommes en termes de dépôts et de garanties (Snyder, 2003). Certains auteurs estiment que les femmes entrepreneures refusent d'emprunter aux banques parce qu'elles sont plus averses au risque que les hommes (Watson et Robinson, 2003). Par conséquent, il ne s'agit que d'un choix et non d'une discrimination à l'égard des femmes entrepreneures par les banques (Watson, 2006 ; Dechant et Lamky, 2005).

En ce qui concerne les femmes entrepreneures marocaines, Boussetta (2011) a souligné dans une étude sur les femmes entrepreneures que seul un petit pourcentage (13,3%) dépend du crédit bancaire pour créer une entreprise, qui reste relativement faible. L'auteur estime que ce constat s'explique par la méfiance des banques à l'égard des femmes entrepreneures. Il a expliqué qu'au Maroc, il existe une méfiance entre les banques et les femmes entrepreneures. Néanmoins, la Banque Mondiale et l'Institution Financière Internationale (2007) soulignent qu'au Maroc, le financement par crédit bancaire n'est pas un grand problème pour les femmes marocaines en comparaison avec d'autres pays, comme la Tunisie, étant donné qu'elles disposent pour la plupart de fonds propres. Néanmoins, la difficulté d'accès au financement demeure un facteur important pour la création et le développement des entreprises féminines marocaines (OCDE, 2014).

En premier lieu, cela est dû aux coûts de crédit élevés pour les entrepreneurs en général. En second lieu, pour les garanties requises, ces garanties sont très importantes pour les hypothèques, les nantissements ou qui doivent provenir d'un tiers ou d'une institution. Une autre étude a montré que la méfiance des banques marocaines à l'égard des entrepreneurs est liée au sérieux du chef de projet et non à son sexe (Bihas et collab., 1997). Cependant, la Banque Mondiale et l'Institution Financière Internationale (2007) ont souligné qu'au Maroc, par rapport à la Tunisie et à d'autres pays, les femmes marocaines n'ont pas beaucoup de problèmes au niveau de la collecte de fonds par crédit bancaire. La plupart d'entre eux ont leurs propres fonds. Toutefois, l'accès au financement demeure un facteur important pour la création et le développement des entreprises féminines.

A la fin de l'analyse des institutions financières, il est important de rappeler que, récemment, les banques ont mis en place plusieurs programmes pour soutenir, accompagner et promouvoir l'entrepreneuriat au Maroc, nous pouvons citer à titre d'exemple le dernier programme lancé par les banques en 2020 à savoir : INTELAKA qui finance, accompagne, oriente et conseille les jeunes porteurs de projet, auto-entrepreneurs et TPE souhaitant donner vie à leur projet ou accélérer leur développement.

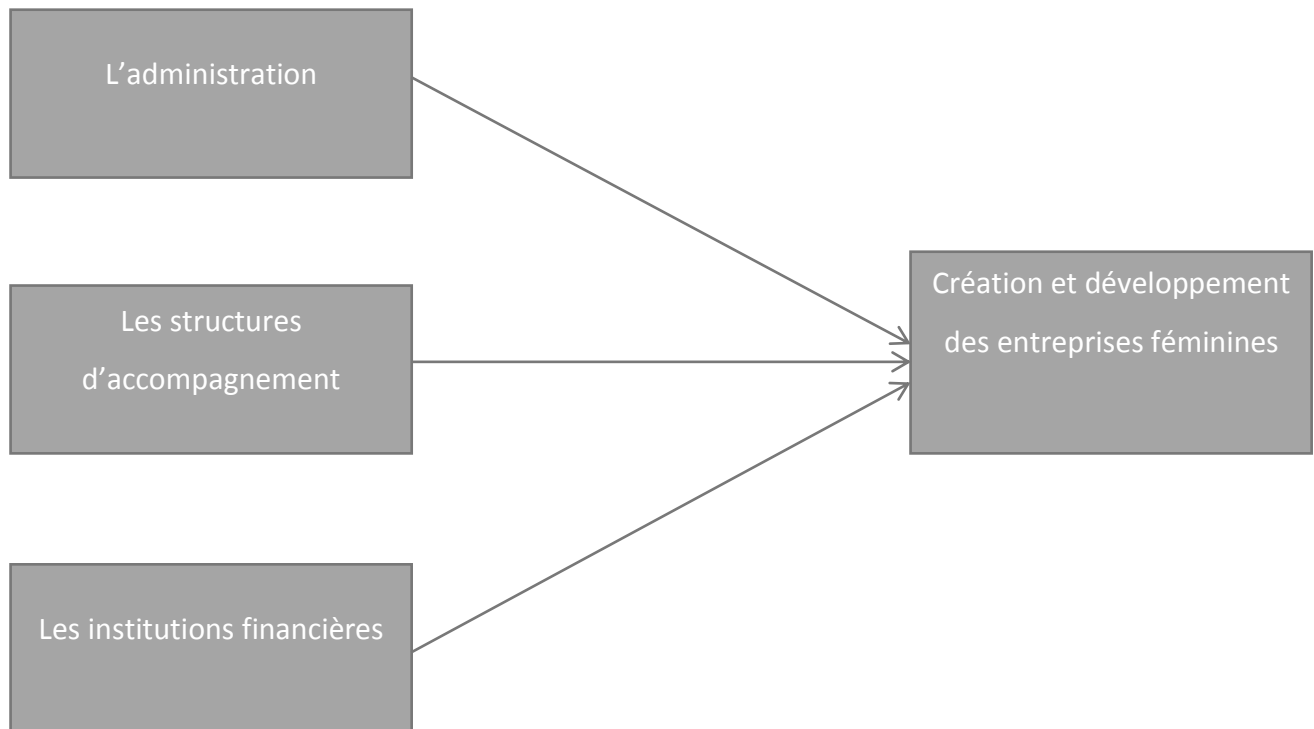
En résumé, nous estimons que les facteurs liés aux institutions (l'administration, les structures d'accompagnement et les institutions financières) sont susceptibles de jouer un rôle primordial dans la création et le développement des entreprises féminines.

Par ailleurs, la troisième proposition est :

- Proposition 3 : les facteurs liés aux institutions (l'administration, les structures d'accompagnement et les institutions financières) favorisent la création et le développement des entreprises féminines.

Le schéma ci-dessous illustre les trois facteurs aux institutions susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines.

Figure 11: Les facteurs liés aux institutions susceptibles d’agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines



Source : Faite par nos soins

§2. Les facteurs liés aux relations professionnelles

L’environnement lié aux relations professionnelles des entrepreneurs comporte plusieurs facteurs susceptibles de favoriser leurs activités et donc de participer à la dynamique entrepreneuriale de leur pays. En effet, les domaines qui composent cet environnement sont nombreux : les réseaux professionnels, les salariés et les clients. Un certain nombre d’études (Hisrich et Brush, 1984; Brush, 1992; Cadieux et collab., 2002) ont étudié l’influence des relations professionnelles sur les activités des femmes entrepreneures en portant plus d’attention à la relation interpersonnelle avec les employés et les clients et à leur développement personnel.

Par exemple, Fauré (1994), constate que les femmes entrepreneures en Afrique estiment que la qualité de leurs relations avec les autres professionnels, avec les clients et avec les fournisseurs est cruciale, même déterminante pour la création et le développement de leur entreprise. D'où l'intérêt d'étudier ces facteurs.

1. Les réseaux professionnels

Un réseau professionnel est mentionné comme une source d'avantages concurrentiels pour un entrepreneur (Miller, Besser, et Ribe, 2007). Il peut jouer un rôle déterminant pré, pendant et au post-démarrage d'une entreprise et pour son développement futur (Cantzler et Leijon, 2007). Avec la rareté des ressources économiques et commerciales, les réseaux sont devenus les meilleures stratégies pour acquérir ces ressources. Un réseau efficace permet à l'entrepreneur de garder un pas en avant par rapport à ses concurrents (Timmons et Spinnelli, 2003).

La littérature qui traite les réseaux d'entrepreneurs est unifiée sur l'importance des liens forts dans les pratiques des réseaux des femmes du côté anglophone (Roomi, 2009) et francophone (Borges et collab, 2008). Comme le leader du sujet d'aldrich (1989) dit : un entrepreneur, qu'il soit homme ou femme, ne créera pas et ne gèrera pas son affaire seul. Il bénéficie généralement du support fourni par le réseau qu'il intègre. Les entrepreneurs qui ont réussi à créer des entreprises ont certes réussi à trouver des opportunités de marché, mais ils ont également bénéficié du soutien d'autres parties (mentors, entrepreneurs expérimentés, etc.).

En d'autres termes, le succès des entreprises ne dépend pas seulement des entrepreneurs, mais aussi de l'accumulation de capital social et de liens professionnels (Fafchamps et Minten, 1998). Fayolle (2003) estime que les réseaux professionnels sont une méthode de promotion et de catalyse, qui permet de gagner du temps et d'améliorer l'efficacité face à des situations complexes et des méthodes et procédures compliquées. Il a souligné que l'accès aux ressources peut parfois poser des problèmes et des difficultés et que l'intégration dans le réseau peut être le facteur central voire décisif dans le processus d'obtention de ces ressources. Comme, Santoni et Barth (2014, p. 89) ont souligné « *Un entrepreneur a besoin d'informations, de capital financier, de*

compétences et de travail pour créer sa propre entreprise. Ils détiennent certains de ces éléments, mais souvent en faisant appel à leurs contacts, c'est-à-dire leurs réseaux sociaux, afin d'obtenir un soutien ». Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « *ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez* » (Fayolle, 2003, p. 67).

Toujours dans la littérature, certaines études indiquent que les femmes ont plus de difficultés que les hommes à intégrer les réseaux professionnels. Cependant, ces réseaux sont généralement très importants pour développer l'idée initiale et mener une affaire. Plusieurs auteurs (Kodithuwakku et Perera, 2003) estiment que les réseaux professionnels font partie intégrante du succès des petites entreprises. Ces réseaux permettent aux entrepreneurs de construire des réseaux de connaissances, les aidant ainsi à gagner du temps, à obtenir de meilleures informations et à gagner rapidement une notoriété (Fayolle, 2003). Par rapport aux hommes, les femmes sont souvent désavantagées, généralement en raison du manque d'associations professionnelles pour soutenir les femmes entrepreneures (Treacy, 2003). Dans plusieurs études, telles que l'étude réalisée au Royaume-Uni, les femmes entrepreneures soulignent que le manque de soutien des organisations professionnelles et des agences de développement des entreprises avait largement limité la création et le développement de leur entreprise (Roomi et collab., 2009). L'importance de soutenir les entrepreneurs a incité certaines femmes entrepreneurs à prendre l'initiative et à créer leurs propres associations professionnelles pour se soutenir mutuellement et défendre leurs intérêts. Par exemple, en Inde, les femmes entrepreneures ont créé entre elles l'association des femmes indépendantes. Cette association soutient et défend les femmes entrepreneures en exerçant une pression énorme sur les autorités locales pour promouvoir les intérêts de ses membres. Au Maroc, l'Association des femmes entrepreneurs marocaines (AFEM) a été fondée en septembre 2000, et a pour but principal d'encourager la création et le développement d'entreprise par les femmes au Maroc.

Au Maroc, certaines études et rapports sur les réseaux professionnels des femmes entrepreneures montrent que les femmes à ce niveau rencontrent certaines difficultés. En effet, la présence des femmes dans ces réseaux est bien moindre. En raison de leurs

engagements familiaux, elles n'ont pas assez de temps et d'occasions pour développer les activités de réseautage et de lobbying qui sont indispensables à la création et au développement des entreprises (Conseil Economique, Social et Environnemental, 2014 ; Boussetta, 2011 ; Rachdi, 2006). Par ailleurs, les résultats de la recherche de Constantinidis et collab., (2017, p. 52) soulignent que la création des entreprises par les femmes au Maroc repose principalement sur le réseau familial et social proche qui forment un réseau informel.

A cette fin, le réseau professionnel est un facteur qui peut être décisif pour la création et le développement des activités des femmes entrepreneures de notre échantillon.

2. La relation avec les salariés

La relation avec les salariés aide toute activité économique à se développer. La relation avec les salariés au sein d'une entreprise peut grandement favoriser le développement et la réussite de celle-ci. Les femmes entrepreneures rencontrent plusieurs difficultés dans la gestion de leurs ressources humaines. Ainsi, la main d'œuvre qualifiée est la principale préoccupation des femmes entrepreneures. Souvent, la main d'œuvre n'est pas toujours disponible pour des salaires raisonnables (Roomi et collab., 2009). Une étude menée par le Bureau international du travail au Pakistan (2003) a indiqué que le manque de la main d'œuvre qualifiée est l'un des problèmes les plus inquiétants auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures. Ces femmes font beaucoup d'efforts pour développer leurs employés, mais une fois qualifiés, ils les quitteront pour une autre meilleure opportunité, ce qui se traduira par une rotation élevée des employés de ces petites entreprises. Les problèmes relationnels peuvent également devenir une source de tensions et de conflits dans les entreprises féminines (Hisrich et Brush, 1984). Diverses études montrent que les femmes entrepreneures peuvent adopter des pratiques tantôt formelles (Chaganti, 1986) tantôt informelles (Neider, 1987) afin de mieux gérer leurs salariés.

Dans une étude approfondie sur les femmes entrepreneures, Fouquet (2005) constate que 90% des femmes entrepreneures mentionnent des différences dans les styles

de relations personnelles avec les employés. D'autre part, une enquête du cabinet de conseil McKinsey & Company (2010) signale que la capacité à « attendre et reconnaître » des femmes entrepreneures a un impact décisif sur le maintien de la performance de l'entreprise. Selon Carrier et collab., (2006) et St-Pierre , Nomo, et Pilaeva (2011), les femmes sont différentes dans le style de gestion. Par conséquent, l'approche des femmes entrepreneures est plus personnelle, plus maternelle et plus proche de l'attention des employés. Elles ont tendance à partager le pouvoir dans des processus plus participatifs et interactifs. Bien qu'elles manquent de certaines qualités liées à l'estime de soi ou à la conscience du rôle des femmes entrepreneures, elles s'appuient davantage sur l'écoute, la compréhension, l'encouragement et plus facilement délèguent leurs responsabilités. Cette capacité d'écouter et de rechercher un consensus et de prendre soin des autres est en effet considérée par les femmes comme une caractéristique de gestion féminine typique (Fouquet, 2005).

En ce qui concerne le Maroc, Constantinidis et collab., (2017) soulignent que les femmes chefs d'entreprise qui expriment le plus de difficultés sont celles qui adoptent un style de gestion autoritaire qui ne correspond pas à leur statut de femme, et peut donc ne pas être accepté par les salariés.

Sur ce point, la relation avec les salariés semble être un élément important à étudier dans le cas des femmes entrepreneures de notre échantillon.

3. La relation avec les clients

La relation avec les clients est essentielle pour le développement de toute entreprise. Toutefois, il est étonnant de constater que peu d'études sont concentrées sur la relation des entrepreneures avec leurs clients (Starr et Yudkin, 1996). Laufer et Burlaud (1980) indiquent que le concept de client n'est pas seulement lié à l'échange monétaire. Certaines études, comme celle de Rinfret et Lortie-Lussier (2002), révèlent que les femmes entrepreneures accordent une attention particulière aux autres et sont sensibles aux idées des autres (St-Pierre et collab., 2011). Cette attention incite les femmes à rechercher davantage de compromis avec les parties prenantes (les clients, les employés, etc.) (Vier-Machado et Rouleau, 2002). Selon St-Pierre et collab., (2011), les femmes ont

des capacités importantes d'interaction avec les parties prenantes. En outre, elles se caractérisent par l'émotion plus que par l'efficacité (Mione, 2005). Le caractère participatif et interactif des relations des femmes entrepreneures (Carrier et collab., 2006) et la volonté d'impliquer d'autres parties rendent la voie d'action dirigée vers leurs partenaires différente de celle des hommes (Carter, Shaw, Lam et Wilson, 2007).

Certaines études sur ce sujet mentionnent que la plupart des femmes entrepreneures ont tendance à s'impliquer dans les ventes (Hisrich et Brush, 1984). Le manque de moyens dont souffrent les très petites entreprises gérées par les femmes, les oblige dans beaucoup de cas à compter sur le bouche à oreille pour faire connaître leur produit/service (Halkias, Nwajiuba, Harkiolakis et Caracatsanis, 2011).

L'enquête de l'association des femmes entrepreneures marocaines relate ce constat (2010) et souligne également que la relation avec les clients et les salariés est citée par la majorité des femmes enquêtées.

La relation avec les clients est au cœur des préoccupations des femmes entrepreneures marocaines. L'enquête de l'association des femmes entrepreneures marocaines (2010) indique que la majorité des femmes avaient peur de ne pas trouver des clients et considère que la relation de la femme entrepreneure avec les clients et les salariés est très importante. Boussetta (2011) affirme ce constat en mentionnant que 93,4% des femmes enquêtées avaient peur du même problème. Ainsi, au sujet de l'écrit, il est important de mentionner que selon Belhaj (2005), dans la majorité des cas, la relation entre les entrepreneurs marocains et les clients est une relation plutôt informelle, basée principalement sur la confiance et la parole donnée.

Selon l'auteur, le non-respect de cette clause peut avoir un impact négatif sur l'activité de l'entrepreneur, en particulier l'entrepreneur qui est au début du lancement de son projet. Dans le cas des femmes, les conséquences sont encore plus graves compte tenu de la nature de leurs entreprises : très petites entreprises avec un fond de roulement insuffisant... (Gray et Finlez-Hervey, 2005).

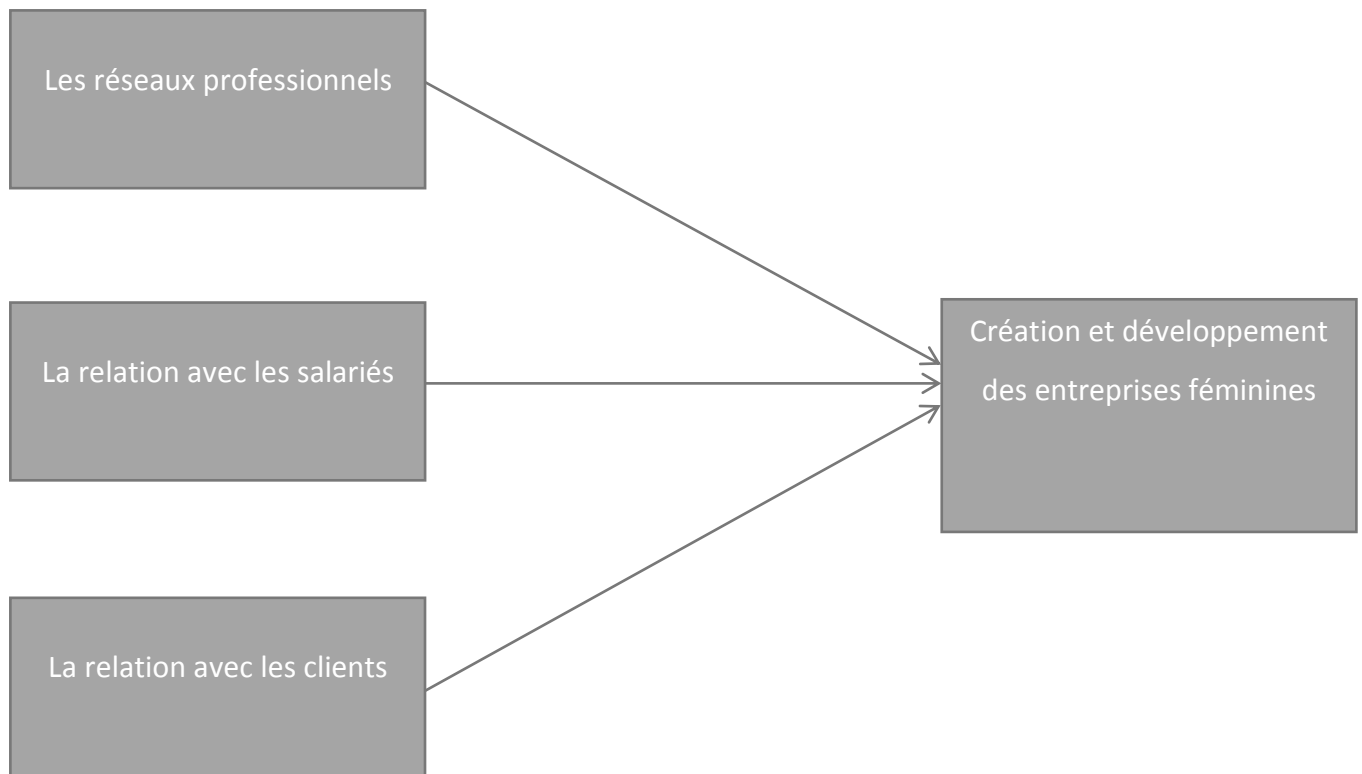
A la lumière de ces observations, il est clair que la relation avec les clients peut constituer un facteur important à considérer pour les femmes entrepreneures de notre échantillon.

En conséquence, nous pensons que les facteurs liés aux relations professionnelles seront bénéfiques à la création et au développement des entreprises féminines. Cela étant, la proposition suivante :

- Proposition 4 : Les facteurs liés aux relations professionnelles (les réseaux professionnels, la relation avec les salariés et la relation avec les clients) favorisent la création et le développement des entreprises féminines.

Le schéma ci-dessous illustre les différents facteurs liés aux relations professionnels susceptibles d’agir en antécédents à la création et le développement des entreprises féminines.

Figure 12 : Les facteurs liés aux relations professionnels susceptibles d’agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines

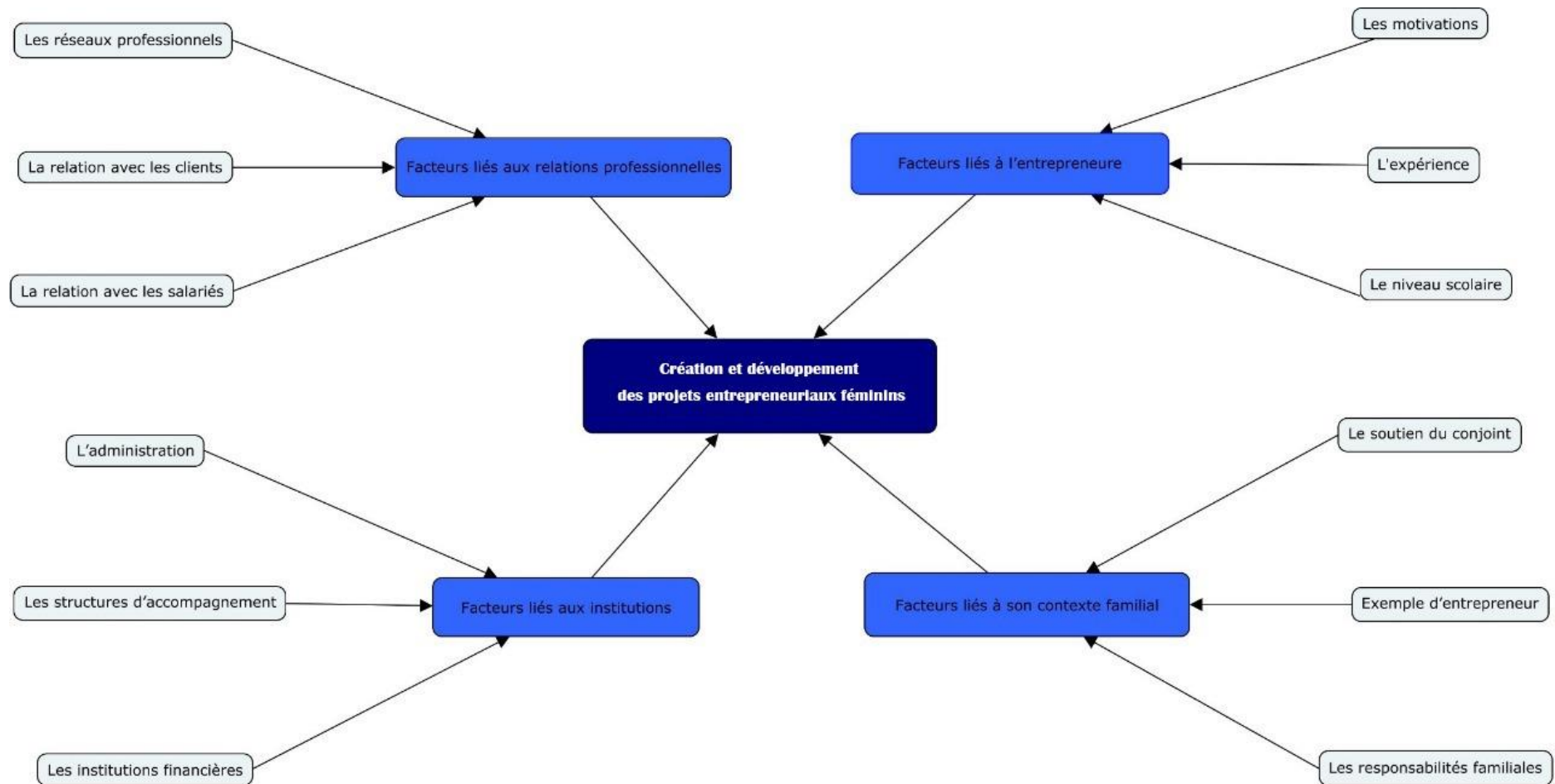


Source : Faite par nos soins

Grâce aux propositions de recherche que nous avons pu élaborer ci-dessus, nous cherchons donc à comprendre comment les femmes entrepreneures parviennent-elles à la création et au développement de leur entreprise. Ces propositions de recherche constituent le cadre d'analyse de notre recherche. Elles combinent les facteurs sélectionnés dans cette étude qui sont susceptibles de favoriser la création et le développement des activités entrepreneuriales. La création d'entreprise par les femmes a connu plusieurs avancées grâce à la révision des instruments juridiques qui ont pour but, de lutter contre la discrimination à l'égard des femmes. Les questions d'égalité des sexes ont énormément gagné en visibilité et de nombreuses mesures ont été adoptées depuis les années 2000 (Benradi, 2006) et permettent ainsi aux femmes un meilleur accès à l'éducation, au travail, au domaine politique, etc. Ci-dessous le schéma qui englobe

l'ensemble des facteurs, retenus pour notre étude, qui peuvent favoriser la création et le développement des entreprises féminines :

Figure 13 : Schéma de notre étude



Source : Faite par nos soins par le logiciel CmapTools

Conclusion

Au cours de ce deuxième chapitre, nous avons traité, d'une part, les théories retenues pour notre recherche sur les femmes entrepreneures, d'autre part, les facteurs qui peuvent favoriser la création et le développement d'une entreprise féminine.

En effet, la littérature indique l'émergence de divers courants théoriques importants pour la recherche entrepreneuriale. Au surplus, « *le domaine de l'entrepreneuriat implique plusieurs disciplines* » (Shapero, Sokol, 1982, p. 74). Il est basé sur la gestion, l'économie, la psychologie, la sociologie, la psychologie sociale, la démographie sociale, etc. Chaque discipline traite des problématiques avec des logiques, des modèles et des cultures spécifiques. Néanmoins, en raison de l'émergence de théories entrepreneuriales telles que l'approche par les traits, l'approche contextuelle et de nombreuses autres approches, il ne fait pas de doute, que l'entrepreneuriat est devenu une discipline de recherche des sciences de gestion, doté de ses propres outils empruntés aux différentes disciplines citées ci-dessus.

La littérature montre que l'esprit d'entreprendre dépend de l'interconnexion de facteurs personnels et environnementaux. Les théories qui s'intéressent à l'environnement endogène et exogène d'un entrepreneur aident à comprendre ses choix et ses comportements entrepreneuriaux.

Sur la base des différentes méthodes mentionnées dans la littérature, nous avons choisi les théories qui répondent le mieux aux objectifs de notre recherche.

D'un côté, nous avons mobilisé deux approches entrepreneuriales : l'approche multidimensionnelle et l'approche institutionnelle. De ce fait, nous estimons que l'entrepreneuriat féminin dans la région est un phénomène multidimensionnel. Pour cette raison, nous nous intéressons dans cette étude à la fois aux facteurs personnels et également aux facteurs contextuels qui peuvent être propices à la création et au développement d'entreprise par les femmes.

D'un autre côté, nous privilégions également la théorie institutionnelle comme cadre théorique de notre étude. Cette théorie fournit un cadre conceptuel intéressant qui

révélera la nature des institutions marocaines, implicites et explicites pour les femmes entrepreneures (De Bruin et collab., 2007; Aidis et collab., 2007; Baughn et collab., 2006).

Aujourd'hui, plusieurs chercheurs soutiennent l'idée, qu'au lieu d'étudier l'entrepreneuriat féminin sous un angle unique, il est devenu fréquent de s'appuyer sur une démarche de recherche plus diversifiée pour prendre en compte toutes les facettes et spécificités contextuelles de l'entrepreneur, notamment les particularités institutionnelles, tel le système légal, juridique et économique. S'ajoute à cela, pour notre étude il est intéressant d'étudier les femmes entrepreneures marocaines et notamment celles de la région Fès-Meknès, avec une attention particulière aux spécificités de l'environnement institutionnel (Sarasvathy, 2004).

Dans cette perspective, la question qui nous préoccupe est d'identifier et de comprendre l'apport de certains facteurs clés sur la décision de création et du développement de l'activité des femmes entrepreneures. À cette fin, nous avons développé un ensemble de propositions de recherche qui nous guiderons tout le long de notre recherche empirique. Ces propositions constitueront un cadre d'analyse pour les résultats de notre recherche. Elles sont élaborées en se basant sur la revue de littérature et sur différents modèles entrepreneuriaux cités dans notre cadre conceptuel, ainsi que sur notre terrain d'investigation. Nos propositions représentent quatre groupes de facteurs supposés exercer une influence positive sur la création et le développement d'entreprise par les femmes au Maroc. Il s'agit des facteurs liés à l'entrepreneure (ses motivations, son expérience et son niveau scolaire), des facteurs liés à son contexte familial (le soutien de son conjoint, le rôle d'exemple d'entrepreneur, et les responsabilités familiales), des facteurs liés aux institutions (l'administration, les structures d'accompagnement et les institutions financières) et des facteurs liés aux relations professionnelles (les réseaux professionnels, la relation avec les salariés, la relation avec les clients).

Après avoir proposé, dans le deuxième chapitre, le cadre théorique et conceptuel de notre étude, le troisième chapitre de ce travail sera consacré à la méthodologie, la présentation, l'analyse et la discussion de nos résultats. Dans un premier temps, nous

allons préciser notre cadre méthodologique : le positionnement épistémologique, le choix méthodologique, le choix de l'échantillon, la présentation de l'échantillon, la méthode de collecte des données, la méthode d'analyse des données et la validité des résultats. Dans un deuxième temps, nous présentons nos résultats, l'analyse ainsi que la discussion de ceux-ci afin de dégager les principales conclusions de notre recherche sur les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès.

**Chapitre 3 : Etude empirique des facteurs
favorables à la création et au développement des
entreprises féminines : Cas de la région Fès-Meknès**

Introduction

Après avoir confectionné le cadre théorique d'appréhension et d'analyse de notre problématique de recherche, il est important de présenter et d'analyser l'étude empirique. Notre recherche vise à comprendre comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à la création et au développement de leur entreprise à travers des interviews menées avec ces femmes.

Pour répondre à notre question de recherche, nous avons adopté un processus de recherche de trois phases :

- **La première phase** nous a conduit à faire la revue de la littérature sur le sujet. Cette étape nous a permis de préciser les notions utilisées dans ce domaine et de cadrer notre sujet de recherche.

- **La deuxième phase** nous a amené à faire une étude exploratoire qui s'est concrétisée par des entretiens libres effectués avec cinq femmes entrepreneures. L'objectif de cette étape est d'identifier les différentes perceptions de notre problématique de recherche et d'essayer de comprendre les réponses données à cette problématique. Ces entretiens ont également fourni des informations importantes pour répondre à notre question de recherche.

- **La troisième phase** a consisté en un entretien semi-directif effectué auprès de 20 femmes entrepreneures. Au cours de cette phase, nous avons procédé à la compréhension de nos propositions de recherche.

Pour l'essentiel, notre méthodologie de recherche se base sur **l'étude du terrain** à travers une vision en interne. Ses données sont tirées des entretiens que nous avons menés avec les différentes femmes interviewées.

Le présent chapitre a donc pour objectif d'identifier les facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines, ainsi que de comprendre comment ces derniers favorisent la décision d'entreprendre chez les femmes

entrepreneures de la région Fès-Meknès. A cet effet, nous l'avons scindé en trois sections :

La première section de ce chapitre, sera consacrée plus en détail sur la méthodologie de recherche employée, ainsi que sur les raisons de son choix. Nous y présentons le positionnement épistémologique interprétativiste et la démarche exploratoire abductive qui nous ont semblé plus adaptés à la nature de notre problématique. Elle a également pour objectif de présenter la méthode employée pour la collecte des données qualitatives utilisées dans cette recherche ainsi que celles choisies pour l'analyse et le traitement des données empiriques. Il s'agit alors de présenter la logique de la démarche de recherche adoptée et justifier la cohérence des éléments qui la constituent.

La deuxième section sera dédiée à la présentation et à l'analyse des résultats liés à nos questions de recherches. Ces résultats sont présentés en lien avec les propositions de recherche que nous avons élaborées dans notre cadre théorique et conceptuel. Il s'agit des propositions liées à l'ensemble des facteurs retenus, susceptibles de favoriser la création et le développement d'une entreprise par les femmes de notre échantillon : les facteurs liés à l'entrepreneure, les facteurs liés à son contexte familial, les facteurs liés aux institutions, et enfin, les facteurs liés aux relations professionnelles.

Quant à la troisième section de ce chapitre, elle portera sur la discussion des résultats de l'enquête qualitative. Il s'agit d'analyser les données recueillies à partir des discours, en les rassemblant selon des thématiques et des catégories, à en tirer des conclusions et des interprétations de ces observations.

Section 1 : Méthodologie de recherche

Dans le cadre du cheminement de notre travail de recherche, l'exécution de la partie empirique nécessite qu'au préalable des régularités et des précisions soient apportées quant à la démarche méthodologique déployée pour répondre à la problématique centrale de notre recherche.

Cette section présente spécifiquement la méthodologie de recherche mise en œuvre au cours de notre travail de recherche. En effet, l'objectif de cette section est de décrire l'ensemble des méthodes et techniques utilisées et qui nous ont semblé plus appropriées pour la thématique des femmes entrepreneures et pour notre question de recherche en justifiant notre choix.

§1. Le positionnement épistémologique et méthode de recherche

Selon Gavard-Perret, Gotteland et Jolibert, (2009), toute recherche scientifique est susceptible d'apporter au phénomène étudié des représentations assez variées selon le paradigme dans lequel il positionne sa recherche.

De plus, pour tout chercheur souhaitant mener une recherche, préciser sa position épistémologique est une étape cruciale. En ce sens, nous proposons de présenter notre positionnement épistémologique, le type de raisonnement et l'approche méthodologique adoptée.

1. Le positionnement épistémologique

Plusieurs positionnements épistémologiques peuvent être envisagés pour mener une recherche en sciences de gestion ; il est donc nécessaire de choisir celui qui est le mieux adapté aux objectifs de la recherche.

1.1. Paradigme épistémologique

Avant de se positionner dans notre paradigme, il est important de mettre en lumière les différents paradigmes existants. Les paradigmes constituent le moyen par lequel le chercheur voit le monde et adopte les méthodes par lesquelles il conduit sa recherche.

1.1.1. *Les différents paradigmes épistémologiques*

Dans les recherches en sciences des organisations on oppose généralement deux épistémologies ou visions de la recherche :

- **Le positivisme** : courant classique de la recherche qui met l'accent sur la vérification d'une réalité préétablie et recherchant des liens de causalités entre des faits.
- **La phénoménologie** : courant de recherche qui oriente le chercheur vers la construction sociale d'une réalité inexistante. L'objectif est de construire une réalité ou une connaissance qui se comprend comme étant la représentation de l'expérience cognitive des individus.

Le tableau suivant synthétise les deux épistémologies les plus fréquemment utilisées dans les sciences de gestion :

Tableau 9: Les positions épistémologiques en recherches en gestion

Traditions philosophiques	Le positivisme	La phénoménologie	
Les positions Les questions épistémologiques	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 (constructivisme modéré ou interprétativisme) 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	
Comment la connaissance est-elle engendrée ? Le chemin de la connaissance scientifique	La découverte Recherches formulées 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 validités	Vérifiabilité Confirmabilité Réfutabilité	Idéographie Empathie	Adéquation Enseignabilité

Source : Fondements épistémologiques de la recherche (Perret et Seville, 2003, p. 14-15).

A travers le tableau susmentionné, nous remarquons l'existence de trois grands paradigmes épistémologiques à savoir :

- **Le paradigme positiviste** : la réalité existe en soi, elle possède une essence propre. Le chercheur peut donc chercher à expliquer cette réalité, qui est régie par des lois universelles. La connaissance produite par les positivistes est objective et contextuelle dans la mesure où elle correspond à la mise à jour des lois, d'une réalité immuable, extérieure à l'individu et indépendante du contexte d'interaction des acteurs.
- **Le paradigme constructiviste** : Il ne partage pas la vision positiviste. Pour les constructivistes, la réalité est inconnaissable dans son essence. Donc, il n'est pas possible de connaître la réalité de manière objective mais uniquement de la construire. Dans le cadre du constructivisme, le chercheur contribuera à construire, avec les acteurs, la réalité sociale.
- **Le paradigme interprétativiste** : la réalité existe dans les représentations mentales des acteurs. Le but des interprétativistes est de développer une compréhension de cette réalité, ainsi il interroge les représentations mentales des acteurs pour interpréter la réalité qu'ils se représentent à travers leurs expériences.

1.1.2. Notre positionnement épistémologique

Pour l'essentiel, notre recherche s'inscrit dans la tradition philosophique interprétative, qui a conduit à la construction de notre objet et problématique de recherche. Le processus d'adoption de cette approche interprétative a été décrit par Allard-Poesi et Marechal (1999) cité par Thiétart (2007, p.34) comme étant : *« d'abord, un phénomène qui intéresse le chercheur et qu'il souhaite comprendre de l'intérieur. Et l'objet précis de la recherche s'élabore ensuite au fur et à mesure que cette compréhension se développe. S'il dispose initialement d'une idée du phénomène qu'il souhaite étudier, le chercheur interprétatif ne dispose pas de cadres ou de protocoles stricts de recherche établis initialement. Il cherche au contraire l'adaptation constante au terrain et l'empathie, qui seules, permettent le développement de cette*

compréhension recherchée ».

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin mène de plus en plus à une meilleure compréhension sur comment les femmes entreprennent, à travers l'étude de leur propre expérience, plutôt qu'à travers les comparaisons fréquentes avec les hommes (Daily Trevis et Dalton, 1999 ; Winn 2004). Ainsi, notre question de recherche (le comment) tente de modéliser un phénomène, une réalité, pour lesquels nous allons essayer de comprendre les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises par les femmes. Cette démarche s'apparente à une démarche phénoménologique interprétative, puisque nous ne cherchons pas à construire une réalité, mais plutôt à comprendre une réalité selon la vision des auteurs.

Nous analyserons les principales raisons qui nous poussent à retenir le paradigme interprétativiste en formulant les arguments en faveur de ce paradigme. Notre recherche s'intéresse à la femme entrepreneure et vise à comprendre les facteurs qui favorisent la création et le développement d'entreprise.

a) L'énoncé de notre problématique, à lui seule, suppose la justification du paradigme interprétativiste. En effet, nous ne construisons pas une représentation de la réussite, selon le constructiviste ou bien la vérification d'une loi, selon le positiviste. Dans notre cas, nous développons une compréhension de l'intérieur du phénomène, qui est la création et le développement d'une entreprise féminine, et non pas un projet d'action avec les interviewées.

b) En plus, l'objectif de notre recherche n'est pas de vérifier des lois universelles (positivisme) ni de construire avec, les acteurs la réalité sociale (constructiviste) mais plutôt comprendre les significations que les individus attachent à la réalité sociale, leurs intentions, leurs motivations, leurs attitudes et obstacles dans une approche interprétative.

c) Au final, la perception que nous avons de la réalité est en partie dépendante de notre propre interprétation des phénomènes étudiés, des représentations que se font les répondants de l'objectif de la recherche (Pourtois et Huguette, 1988) et aussi de

l'interaction sociale et humaine dans laquelle s'est construite la réalité.

1.2. Modes de raisonnement

Le phénomène qui nous a intéressé initialement concerne les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises par les femmes. A partir de là, la construction de notre objet de recherche s'est faite par des allers-retours constant, entre d'une part une revue de la littérature que nous avons restituée dans les deux premiers chapitres de notre thèse, et d'autre part les interprétations issues de nos observations de la réalité des pratiques sur le terrain. Avant de justifier notre mode de raisonnement de recherche, il nous semble important d'exposer les différents modes qui existent en sciences de gestion.

1.2.1. Les différents modes de raisonnement

Pour générer la connaissance scientifique, les trois modes de raisonnement sont mises en œuvre à savoir : l'induction, la déduction et l'abduction.

- **L'induction** : la connaissance produite est le fruit des observations empiriques concrètes. A travers l'induction, le chercheur peut arriver à la généralisation. Le chercheur généralise une idée à partir des observations effectuées.
- **La déduction** : la théorie précède les observations empiriques qui servent alors de vérification de la connaissance initiale. Le chercheur déduit les nouvelles connaissances à partir des connaissances déjà acquises.
- **L'abduction** : la connaissance se construit encore par interaction entre la théorie et les données empiriques. Il s'agit d'un processus réversible où les résultats sont toujours impliqués aux causes et vice-versa. Le chercheur cherche les causes des situations.

David (1999), résume les trois raisonnements selon la figure suivante :

Figure 14: Résumé des trois formes du raisonnement

La déduction	A. Tous les haricots de ce sac sont blancs (règle) B. Ces haricots viennent du sac (cas) C. Ces haricots sont blancs (conséquence)
L'induction	B. Ces haricots viennent du sac (cas) C. Ces haricots sont blancs (conséquence) A. Tous les haricots de ce sac sont blancs (règle)
L'abduction	A. Tous les haricots de ce sac sont blancs (règle) C. Ces haricots sont blancs (conséquence) B. Ces haricots viennent du sac (cas)

Source : David (1999, p.4).

« La déduction (ABC) consiste à tirer une conséquence (C) à partir d'une règle générale (A) et d'une observation empirique (B). L'induction correspond à la permutation BCA : elle consiste à trouver une règle générale qui pourrait rendre compte de la conséquence si l'observation empirique était vraie. L'abduction correspond à la permutation ACB : elle consiste à élaborer une observation empirique qui relie une règle générale à une conséquence, c'est-à-dire qui permette de retrouver la conséquence si la règle générale est vraie » (David, 1991, p.4).

1.2.2. Notre mode de raisonnement

Dans le cadre de notre thèse, nous avons adopté un raisonnement abductif qui est la mieux à même de répondre à la problématique posée. Nous ne partons pas sur le terrain sans à priori théorique (induction), ni d'ailleurs avec des hypothèses que nous voulons tester (déduction). Et nous ne cherchons pas à présenter une démonstration à travers ces tests d'hypothèses mais nous cherchons à proposer une ou plusieurs propositions valides.

En sus, les codes et les concepts retenus proviennent simultanément de nos lectures et de nos observations du terrain. Ceci nous a amené à réaliser des allers-

retours permanents entre le terrain et la théorie propre à une logique méthodologique abductive. Elle consiste, en mobilisant les concepts, les fondements théoriques et la littérature associée à l'objet de la recherche, à s'appuyer sur ces connaissances pour proposer, suite à la confrontation avec le terrain, de nouvelles conceptualisations et propositions valides.

Dans notre recherche, à partir du cadre théorique et conceptuel et de l'observation du terrain au sens large (c'est-à-dire un constat porté sur les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises par les femmes) sont faites des propositions de réponse au niveau conceptuel. Celles-ci sont confrontées à l'observation du terrain dans une démarche de recherche compréhensive (entretiens semi-directifs), permettant de formuler des propositions de réponse à une situation concrète pour laquelle une femme entrepreneure va créer et développer son entreprise. L'objectif de la recherche est donc de comprendre comment ces femmes réussissent dans la création d'entreprise pour produire une interprétation de la réalité et proposer de nouvelles conceptualisations théoriques valides.

A travers cet axe nous avons porté la lumière sur une partie de notre méthodologie de travail (positionnement épistémologique). L'axe suivant s'inscrit sous une démarche qualitative à caractère exploratoire.

2. Conceptualisation de recherche

La problématique qui se pose au chercheur est le choix de la méthode et l'approche de recherche qu'il va adopter pour l'obtention des données et leur analyse. Cela veut dire, la façon dont il va aborder la partie empirique de son étude (Baumard et Ibert, 2007).

2.1. Méthodes de recherche

Une recherche scientifique peut se situer dans l'une des deux méthodes à savoir : la méthode quantitative et qualitative.

2.1.1. Les différentes méthodes de recherche

Les deux types de méthodes couramment utilisées dans les recherches scientifiques sont la méthode qualitative et la méthode quantitative. Selon Brabet (1988), la distinction entre ces deux méthodes est confuse car elle repose sur de nombreux critères.

- **La méthode quantitative** : Dans cette démarche, les concepts sont examinés et testés par l'énonciation des variables qui sont quantifiable, mesurables, et clairement définies. Sa force se trouve dans sa capacité à générer, à partir d'enquêtes de grande taille, des données quantitatives et précises (Zikmund, 2003). Et par conséquent, les résultats peuvent être répliqués et généralisés (Blaxter, Hughes et Tight 2006). Sa faiblesse réside dans le manque de flexibilité et d'efficacité pour expliquer les processus et les significations que les managers attachent aux actions du moment qu'elles sont considérées comme des objets indépendants. La méthode quantitative adopte un mode de raisonnement déductif, qui permet de tester des hypothèses dans le but de bâtir une base de connaissance dans la sphère des intérêts.
- **La méthode qualitative** : *« produit et analyse des données descriptives, telles que les paroles écrites ou dites et le comportement observatoire des personnes. Elle renvoie à une méthode de recherche intéressée par le sens et l'observation et la compréhension d'un phénomène social en milieu naturel. Elle traite des données difficilement quantifiables. Elle ne rejette pas les chiffres ni les statistiques mais ne leur accorde tout simplement pas la première place »* (Depelteau, 2010, p. 223). Sa force réside dans le fait que, la recherche qualitative permet une meilleure compréhension des nouvelles réalités, l'exploration de nouveaux sujets qui n'ont pas bénéficié de la recherche avant et l'adaptation de la théorie existante à l'échantillon étudié. Sa faiblesse est dans la limite posée par la taille de l'échantillon étudié et les résultats de la recherche qui sont influencés par la subjectivité des interprétations du chercheur (Mark Easterby-Smith, Karen Golden-Biddle et Locke, 2008). L'approche qualitative est, donc, dans l'extrême concernée par le constructivisme, l'interprétation et la

perception, moins qu'une identification d'une vérité rationnelle ou objective.

- De cette tension entre les deux familles de méthodes de recherche est né un troisième mouvement méthodologique en pleine émergence, il s'agit **des méthodes mixtes** qui combinent les deux méthodes dans une même recherche (Bryman 2008).

2.1.2. La méthode retenue

En ce qui concerne notre recherche, les objectifs sont majoritairement à aspects qualitatifs : analyser des discours et les réponses des femmes entrepreneures de notre échantillon. Les données à traiter sont difficilement quantifiables. De ce fait, elle s'insère principalement dans une méthode qualitative.

Ce choix se justifie par notre souhait d'identifier et de comprendre les facteurs qui favorisent la création des entreprises féminines dans la région ; et cela à travers, la connaissance des représentations des femmes créatrices d'activités entrepreneuriales. Nous estimons qu'une méthodologie qualitative est appropriée pour notre étude. Car selon Yin (1994), cette méthode est appropriée lorsque la question de recherche s'intéresse au pourquoi ou au comment des phénomènes complexes, et elle est particulièrement justifiée lorsque les phénomènes étudiés et leurs contextes ont des frontières brouillées et comportent une part importante de vécu des acteurs. Donc, l'approche qualitative contribue à comprendre la réalité telle qu'elle est vécue par la population étudiée.

En effet, pour appréhender des perceptions, il est utile de discuter directement avec les personnes concernées. L'objectif principal de notre recherche est d'atteindre une meilleure compréhension de la création et le développement des entreprises féminines et analyser leurs expériences entrepreneuriales au regard de plusieurs contextes (personnel, familial, institutionnel, relationnel), tout en déterminant les caractéristiques et le profil de ces femmes qui ont pu réaliser un succès dans leur domaine d'activité. Afin de pouvoir proposer la mise en place de structures d'appui spécifiques, pour les femmes qui décideront d'entreprendre, une sorte de stimulus afin de sensibiliser le public féminin et les acteurs de la création d'entreprise aux

potentialités entrepreneuriales féminines.

2.2. Approches de la recherche

A travers la revue des différentes approches de la recherche, une approche sera retenue pour cette recherche. Cependant, avant de la justifier, il nous semble intéressant de passer en revue les différentes approches existantes.

2.2.1. Les différentes approches

Une des classifications de la recherche peut être présentée en termes du résultat obtenu de l'étude. Différents types d'études peuvent être planifiés à savoir : l'étude exploratoire, l'étude analytique : explicative et confirmative, l'étude descriptive, l'étude pilote et le développement d'échelle (Ben aissa, 2001).

- **L'étude exploratoire** essaye de connaître davantage un sujet sur lequel le chercheur connaît très peu d'informations. Elle est généralement conçue pour fournir des résultats utiles avec des prétentions minimales. Le chercheur ambitionne à proposer des résultats théoriques novateurs susceptibles d'enrichir la théorie existante. L'objectif étant d'expliquer et surtout de comprendre des phénomènes observés (Charreire et Durieux, 2003).
- **L'étude analytique (Explicative et Confirmative)**, tente d'expliquer ou prévoir des résultats basés sur des effets d'autres variables. Elle implique des expériences qui examinent la théorie. Le chercheur vise à évaluer des vérités ou des paradigmes théoriques ou méthodologiques. L'objectif ultime est d'expliquer un phénomène à partir d'un corpus théorique bien établi (Charreire et Durieux, 2003).
- **L'étude descriptive** a pour objectif d'obtenir des informations sur une matière ou de décrire un ou plusieurs dispositifs d'une population donnée. Il ne s'agit donc pas d'évaluer des hypothèses.
- **L'étude pilote** est conçue pour obtenir l'information qui peut aider à déterminer si davantage de recherche est justifiée. Elle est, en général, incapable de fournir des résultats concluants définitifs.
- **Le développement d'échelle** consiste au but primaire est de développer un

instrument de mesure pour un ou plusieurs concepts liés aux objectifs de recherches.

2.2.2. L'approche retenue

Dans le cadre de notre recherche, nous avons choisi pour notre thèse une exploration-hybride : l'objectif étant d'aboutir à des propositions issues de la réalité d'un phénomène managérial, et non pas de tester des hypothèses issues de la littérature. Toutefois, ceci ne nous a pas empêché de prendre la littérature existante comme point de départ pour essayer de trouver des réponses à notre question de recherche. C'est ce que nous entendons par approche exploratoire-hybride.

La voie de l'exploration, adoptée dans cette thèse, nous permet d'analyser l'entrepreneuriat féminin dans la région, de prendre connaissance de sa réalité (la personnalité de l'entrepreneure, l'appui familial, institutionnel, et relationnel et d'appréhender le rôle des femmes entrepreneures dans le développement économique de la région. L'objectif donc de notre recherche ne nous conduit pas à tester des hypothèses mais à produire des connaissances selon un processus exploratoire-hybride qui se base sur l'entretien et l'analyse des discours.

§2. La méthode de collecte et d'analyse des données

Nous allons essayer de présenter dans cette sous-section les techniques utilisées dans notre recherche pour la collecte des données qualitatives. Ces techniques englobent les entretiens, les observations et la documentation (Eisenhardt, 1989). Nous nous appuyons donc sur des données primaires (entretiens) à travers l'élaboration d'un guide d'entretien.

1. Méthode de collecte des données

L'interview et autres techniques ont toujours constitué une des premières sources de collecte des données pour l'ensemble des sciences humaines. En effet, dès que les chercheurs ont commencé à s'intéresser aux comportements humains et aux raisons qui les poussaient à certaines actions, l'entretien s'est positionné comme la première arme

dont dispose le chercheur.

D'après Grawitz (2001, p. 644), l'entretien est peut-être défini comme étant : « *un procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication verbale, pour recueillir des informations, en relation avec les buts fixés* ». Selon Wacheux (1996), on distingue généralement trois types d'entretiens : **L'entretien directif** (ensemble de questions précises et courtes traitant de faits, d'opinions, de représentations, auxquelles le répondant réplique directement sans élargissement), **l'entretien semi-directif** (ensemble de questions précises, mais assez large, permettant au répondant de donner son opinion et ses points de vue sur le sujet) et **l'entretien non directif** (conversation libre et ouverte sur une thématique choisie au préalable).

1.1. La méthodologie par entretien

Le caractère exploratoire-hybride et la démarche interprétative de notre thèse nous a conduit à adopter la technique d'entretien semi-directif. Cette technique nous semble la plus adéquate pour notre question de recherche car elle permet, d'une part, d'évoquer tous les thèmes souhaités grâce à une flexibilité et une adaptation facile au contexte et à l'interviewée et, d'autre part, de recueillir par la suite une quantité assez importante de données, qui sont de plus de très bonne qualité.

1.1.1. Entretien semi-directif

D'après Usunier, Easterby-Smith et Thorpe (2000), les objectifs des entretiens et des interviews qualitatifs sont de comprendre comment les individus conduisent le sens et l'interprétation des situations à partir du cadre personnel complexe de croyances et de valeurs, qu'ils ont développé au cours de leur vie de façon à pouvoir expliquer et prédire les événements qui se produisent dans leur monde.

La méthodologie qualitative a été adoptée pour cette recherche, basée sur des entretiens semi-directifs, approfondis, exploratoires-hybrides avec des femmes entrepreneures, afin de leur donner la parole pour s'exprimer sur leurs histoires et expériences individuelles. Cela permet d'obtenir des détails sur les facteurs personnels, familiaux, institutionnels, et relationnels qui ont stimulé l'acte entrepreneurial des

femmes interviewées. Lors de la collecte des données, et afin de guider notre recherche, nous nous sommes basés sur l'ensemble des thèmes représentés par nos propositions de recherche, que nous avons développé dans la partie conceptuelle. Ces thèmes représentés dans le guide d'entretien sont élaborés à partir de la revue de la littérature.

Les interviews avec les femmes ont été menées dans le but d'obtenir le maximum d'informations se rapportant aux thèmes, tout en développant la discussion quand cela s'est avéré nécessaire et en maintenant un accent sur les éléments-clés, dont les principaux sont présentés ci-dessous.

Notre choix pour l'interview semi-directive se justifie aussi par le fait que cette technique a été très utilisée par des recherches similaires, et a abouti à des résultats satisfaisants. En effet, l'entretien semi-directif est un des modes d'entretien les plus employés en gestion. Roussel et Wacheux (2005, p.102) : « *L'entretien semi-directif centré, un mode d'entretien dans lequel le chercheur amène le répondant à communiquer des informations nombreuses, détaillées et de qualité sur les sujets liés à la recherche, en l'influençant très peu, et donc avec des garanties d'absence de biais qui vont dans le sens d'une bonne scientificité* ».

Dans ce sens, nous avons décidé de réaliser des entretiens afin de discuter directement avec les sujets de notre recherche qui sont les femmes entrepreneures. L'objectif principal de cette recherche est d'interroger ces femmes sur leurs expériences vécues.

1.1.2. Le choix et la présentation de l'échantillon

Notre échantillon est constitué de femmes chefs d'entreprises mariées, ayant seulement créé et non repris une entreprise de très petite taille (Microentreprise), légalement enregistrée, dans différents secteurs d'activité (Industrie, commerce, et service), et ayant fait carrière dans le secteur public ou privé ou anciennes chômeuses.

- Le choix de femmes mariées se justifie par la nécessité de décrire, et de comprendre l'importance des thèmes qui ont une relation directe avec le conjoint de la femme entrepreneure ;

- Entreprise créée et non reprise, pour montrer les efforts entrepris par la femme tout au long de la création de son entreprise. Le cas contraire occulte le processus de création d'entreprise.
- Les TPE parce qu'au Maroc, d'un côté, toutes les études concordent aujourd'hui sur le fait que presque 95% du tissu économique national est constitué de PME, dont 96% de ces PME sont des TPE. D'autre côté, c'est une taille qui est accessible à toutes femmes décidant de se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat ;
- Nous avons choisi de nous intéresser uniquement aux entreprises structurées, c'est-à-dire évoluant dans le secteur formel, car peu d'études ont traité le secteur formel au Maroc, en comparaison avec le secteur informel, qui lui, a suscité plus d'intérêt (Salahdine, 1992 ; Haut-Commissariat au Plan, 2007 ; Walther, 2006) étant donné son importance dans l'économie marocaine ;
- Nous avons opté pour le choix des différents secteurs d'activités de par leur multiplicité et leur diversité, vu que nous nous intéressons à explorer en profondeur notre sujet ;
- La carrière pour comprendre son rôle dans la création et le développement d'entreprise qui s'explique par l'expérience cumulée au fil du temps.

Le nombre de femmes entrepreneures de notre échantillon est composé de 20 femmes. Différentes méthodes ont été adoptées pour approcher ces femmes. Nous nous sommes basés sur les fiches d'informations fournies par l'AFEM à travers Mme Lala Oumnia SBAI, la chambre de commerce et d'industrie via Mme Najoua AZFAR, le CRI en contactant Mme Lamiae HANOUNE et Mr Ali ZAOUADI, l'Association Bouabate Fès par le biais de sa présidente Mme Laila BENNIS, le Réseau BNI à l'aide de plusieurs membres de ce réseau.

Le premier contact a été en janvier 2018, et a été effectué par téléphone avec 5 femmes entrepreneures très connues dans le monde de l'entrepreneuriat dans la ville de Fès, afin de leur expliquer notre sujet et les objectifs de notre recherche, ainsi que l'intérêt de participer à une telle recherche. Le contact avec ces femmes a été facile,

elles ont accepté sans aucune hésitation, ces femmes sont instruites, ayant au moins un diplôme de bac+5, et elles étaient conscientes des difficultés que peut rencontrer le chercheur. Ainsi, nous n'avons pas eu de problèmes pour les rencontrer, malgré leurs multiples occupations. Effectivement, nous sommes parties pour les rencontrer, après un rendez-vous fixé, afin de leur expliquer davantage l'objectif de notre recherche. Ce faisant, nous avons effectué avec elles un entretien libre d'à peu près une cinquantaine de minutes, en leur posant quelques questions d'ordre général avant l'élaboration du guide d'entretien définitif. Du fait de l'adoption d'un mode de raisonnement abductif. Il a fallu se déplacer sur le terrain pour accumuler certaines informations complémentaires.

Suite à l'élaboration du guide d'entretien provisoire, nous sommes passés à la phase de pré-test qui constitue une étape importante dans le processus du développement de notre guide d'entretien. Au cours de cette phase, notre outil a été expérimenté auprès du même échantillon afin de déceler et remédier aux éventuelles erreurs et ambiguïtés dans la formulation des questions. Vu le caractère trop vague des questions qui rendait difficile l'obtention d'informations utiles, nous avons pu le modifier par la suite.

Au terme de chaque entretien/ pré-test nous avons interrogé les interviewées sur trois points essentiels :

- Les difficultés et ambiguïtés rencontrées lors de l'entretien ;
- Les questions qu'elles estimaient importantes et qui n'étaient pas posées lors de l'entretien ;
- Les suggestions concernant la formulation et l'ordre des questions.

A l'issue de cette étape, un certain nombre de remarques utiles ont été soulevées et qui ont concerné principalement les aspects suivants :

- L'ordre de classement et la formulation de certaines questions ;
- Nécessité d'orienter encore le guide d'entretien en offrant plus de choix afin de

stimuler les répondantes ;

- Suggestion de définition de certains concepts mal maîtrisés par l'ensemble des interviewées.

A chaque rencontre, nous avons essayé d'instaurer un climat de confiance, de garder une bonne relation et de garder contact avec elles. En Mars 2019 et à l'occasion de la journée internationale de la femme, nous avons pu organiser une journée d'étude sur notre thématique. Donc, nous avons eu l'opportunité de les inviter et les faire participer à notre journée, pour nous raconter leur expérience entrepreneuriale.

Durant toute la période de notre inscription au cycle doctoral, nous n'avons jamais raté un événement qui rassemble les femmes entrepreneures, à chaque fois, nous essayons d'élargir notre champ à travers ces rencontres, et nous avons pu avoir le contact de 50 femmes.

Au final, nous avons pu établir une liste de femmes entrepreneures de façon à ne pas répéter le même domaine d'activité (diversité du domaine) pour éviter les réponses répétitives.

Nous avons écarté 20 femmes entrepreneures. Donc, nous avons contacté 30 par une lettre d'invitation de participation à l'entretien. Nous savons que dans la recherche qualitative, c'est un nombre élevé. Cependant, seulement pour faire face au désistement éventuel de certaines d'entre elles. Effectivement, quelques femmes avec lesquelles nous avons fixé un rendez-vous l'ont annulé par après, d'autres l'ont reporté. Par la suite, nous avons pris le soin de les contacter par téléphone, elles ne nous ont pas répondu. Néanmoins, nous avons eu le retour de 24 femmes. Lorsque nous avons dépassé 15 entretiens, nous avons noté que les entretiens réalisés ne génèrent plus de nouvelles informations significatives. Nous avons pensé avoir atteint un seuil de saturation. Nous avons arrêté le nombre final des entretiens semi-directifs à 20 entretiens.

En résumé, nous soulignons que le projet de recherche ainsi que ses objectifs ont été bien expliqués à toutes les femmes ayant accepté de participer aux entrevues

individuelles, en leur garantissant la confidentialité totale. La période des entretiens a duré cinq mois. Ces entrevues ont été effectuées entre juin et novembre 2020. Ces femmes interviewées appartiennent à la région Fès-Meknès. Tous les prénoms cités dans le tableau ci-dessous sont les vrais prénoms des femmes interviewées. Toutes les femmes, sans exception, nous ont demandé de mentionner leur nom et le nom de leur entreprise au niveau de notre thèse parce qu'elles sont fières de leurs réalisations, et pour les aider à être plus connues, ainsi que pour faciliter la tâche à d'autres chercheurs qui décideront de se lancer dans la recherche dans ce sujet.

Les femmes de notre échantillon sont actives dans les trois secteurs principaux (service, commerce et industrie) (tableau 9).

Tableau 10 : La liste des femmes entrepreneurs interviewées

Entrepreneure	Entreprise	Âge	Nombre d'enfants	Niveau d'études	Secteur d'activité	Année d'activité	Nombre de salariés
Oumnia	DISTRITEL	45 ans	3	Bac+8	Industrie (Matériaux de construction)	2005	10
Ouafae	ACCROBODY	60 ans	3	Bac+4	Service (Parfumerie)	2013	2
Aziza. B	ESCOM BEL	63 ans	5	Bac+2	Service (Formation professionnelle)	1989	10
Latifa	LEZARTS CREATIFS	41 ans	3	Bac	Service (Activité pour enfants)	2017	2
Amina	LANCO MAROC	54 ans	1	Bac+4	Industrie (Jouets en latex)	1996	10
Houda	GALERIE GH	37 ans	2	Bac+5	Industrie (Dessin des toiles)	2017	0
Kaoutar	INVICTA	32 ans	1	Bac+5	Service (Agence web en informatique)	2015	5
Aziza. S	CLUB MODERNE D'AEROBIC	59 ans	2	Bac+4	Service (Salle de sport)	1986	4
Najia	ECOLE J.J. ROUSSEAU	60 ans	4	Bac+4	Service (Enseignement privé)	2012	10
Wissal	NOTRE BOUQUET	43 ans	3	Bac+5	Industrie (fleuriste)	2006	2
Sonia	SONIA'Z DESIGN	43 ans	2	Bac+5	Industrie (Agencement intérieur)	2015	2
Hajar	ABDANI'S ASSURANCE	30 ans	1	Bac+3	Service (Assurance)	2017	1
Sahar	HUMAN ARTS & MEDITATION	30 ans	0	Bac+5	Service (Bien-être)	2016	0
Laila. Ar	SALON LEILA	40 ans	2	Bac	Service (Coiffure et esthétique)	2015	3
Hafssa	LIBRAIRIE HAFSSA	30 ans	2	Bac+5	Commerce (Fourniture scolaire)	2014	5
Hanane	TRAITEUR HANANE	40 ans	3	Bac+2	Service (Agence événementielle)	2015	10
Habiba	BIO'H	31 ans	1	Bac+5	Commerce (Produits bio)	2016	2
Naima	HAUTE COUTURE NAIMA	50 ans	2	Bac+4	Industrie (couture)	2008	5
Loubna	NANO CAR	43 ans	3	Bac+4	Service (Location de voitures)	2010	1
Laila. Ab	BRIDGES TO THE FUTURE	32 ans	0	Bac+5	Service (Accompagnement des entreprises)	2015	2

Source : Préparé par nos soins.

1.2. Guide d'entretien

Un guide d'entretien a été élaboré et couvre des axes qui répondent à notre question de recherche. Nous avons choisi d'utiliser des entretiens semi-directifs pour permettre aux interviewées de s'exprimer librement sur des thèmes prédéfinis afin de privilégier la richesse et la diversité des réponses (Wacheux, 1996). Ils sont réalisés sur la base d'un guide d'entretien. Celui-ci est élaboré sur la base du thème de recherche, des résultats de la revue de la littérature et du terrain de recherche. Nous signalons que les questions sont représentées comme un aide-mémoire et ont servi à mener l'entretien ainsi qu'à formuler des questions de relance. De plus, nous avons tenu à respecter l'ordre des thèmes illustrés dans nos propositions de recherche (facteurs liés à l'entrepreneure, liés à son contexte familial, liés aux institutions, et liés aux relations professionnelles) pour ne pas nous disperser pendant les interviews. Il faut noter que le contenu des interviews est très riche, et ce, grâce aux relances.

La durée moyenne des entretiens est d'une heure. Néanmoins, ce temps variait en fonction du débit vocal de l'interviewée. Certaines ont parlé pendant 45 minutes. D'autres ont atteint 1h 30. Le total des heures-entretiens était de 22h 45minutes. Les entretiens ont été menés en français et en dialecte marocain. Les entretiens en dialecte ont été par la suite traduits en français. Cette tâche est immense : interprétation des discours, métaphores, euphémismes, etc. sans mentionner les expressions non-verbales.

Lors de cet exercice assez difficile, et dans la mesure du possible, nous avons essayé d'effectuer une traduction correspondant au maximum aux discours originaux. Pour s'assurer de la réussite de cet exercice, nous avons sollicité l'aide d'autres personnes qui ont pu mener une comparaison entre les discours des femmes enregistrés en arabe et leur traduction en français.

Les entretiens en face à face se sont déroulés, pour la plupart, sur le lieu de travail des interviewées. Il n'y avait pas de réticence des femmes vis-à-vis de l'enregistrement de leur propos, toutes les femmes ont acceptées d'être enregistrées. Tous les entretiens ont donc été enregistrés et intégralement retranscrits.

Il est important de signaler que nous avons adopté une organisation parallèle, et non pas séquentielle, c'est-à-dire que nous avons fait la retranscription et l'analyse des données au fur et à mesure. Ce choix se justifie par l'arrivée au point de saturation, en effet, cette organisation permet de savoir à partir de quel entretien nous nous sommes arrivés à la saturation, quand est ce qu'on doit rajouter d'autres entretiens, et quand est ce qu'on doit s'arrêter.

2. Méthode d'analyse des données et critères de validité de la recherche

Le processus d'analyse a permis de révéler de nombreux thèmes qui ont été regroupés et cristallisés à travers des classifications.

2.1. Méthode d'analyse des données

L'analyse du contenu est retenue pour le traitement de nos données qualitatives. Cette méthode d'analyse est généralement qualifiée comme une méthode visant à découvrir la signification et la compréhension d'un message. Il s'agit d'une analyse thématique de contenu qui repose sur la question : comment interpréter un contenu ? Cette analyse favorise la codification du texte en permettant une compréhension en profondeur des représentations et une interprétation synthétique des discours. En effet, l'analyse thématique « *fonctionne par opérations de découpage du texte en unités, puis en classification de cas unités en catégories selon des regroupements analogiques* » (Bardin, 1991, p.136). Elle exige une rigueur afin d'éviter les biais. Cette rigueur se reflète par le degré de l'intérêt consacré au fond du discours. Elle permet la lecture d'un texte, partie par partie, pour en définir le contenu, puis procéder au codage suivant des catégories (Fallery et Rodhain, 2007). Ici, il s'agit d'une analyse de contenu « formatée » puisque certains thèmes ont été déterminés avant l'interview (Roussel et Wacheux, 2005).

Tout au long de l'analyse, nous avons cherché à acquérir une compréhension de l'objet étudié et d'affiner continuellement les interprétations. Selon Pellemans (1999, p.162), « *Il n'existe pas une formule simple pour identifier les thèmes et développer des*

concepts dégagés des données ». Ce type d'analyse allie bon sens et intuition aux conditions d'objectivité, de rigueur et de précision du chercheur. Premièrement, nous avons procédé à une lecture sommaire des entretiens. Nous avons relu le contenu de ces entretiens plusieurs fois, ce qui nous a permis de découper le texte en un certain nombre de thèmes de signification. L'analyse thématique nous a permis de mettre en évidence des « condensés de sens » dont la récurrence a des significances pour l'objectif de l'analyse.

Plusieurs modèles présentent l'analyse thématique tels ceux de Ecuyer (1990), selon cet auteur, trois principales opérations sont décrites afin d'organiser les informations :

- La première consiste en **la transcription brute** des données recueillies au cours des différents entretiens (DeVault, 2004).
- La deuxième opération consiste à délimiter **les unités de sens des discours**. Le découpage des discours en unités de sens ou unités de signification exige une structuration des discours en citations plus courtes, possédant normalement un sens complet en lui-même (Ecuyer, 1990). Après le repérage des unités de sens, **le codage** de chacune d'elles doit être effectué. Autrement dit, décrire ou identifier chaque unité par un mot ou une expression sommaire (Kaszap, 2000).
- La troisième opération repose sur **la catégorisation des unités de sens**. La catégorie ou le thème est défini par Berelson (1952, p.7) comme « *une affirmation sur un sujet* », c'est-à-dire une phrase ou une phrase composée, habituellement un résumé ou une phrase condensée, sous laquelle un vaste ensemble de formulations singulières peut être affecté. De ces thèmes ont émergé **des sous-thèmes** qui ont été définis par rapport à l'objectif de l'étude.

Le traitement des données peut être un traitement sémantique ou statistique (Andreani et Conchon, 2001, cité par Andreani et Conchon, 2005). Le traitement sémantique des données s'effectue de manière manuelle, et permet d'étudier le sens des idées ou des mots émis par les répondants. Quant au traitement statistique, il se fait à

l'aide des logiciels pour procéder à une analyse quantitative des données (Andreani et Conchon, 2005). Il s'agit de procéder à un comptage des éléments significatifs pour permettre des calculs, des comparaisons statistiques et des analyses de fréquence (Gagnon, 2012).

Au cours de l'opération de l'organisation des réponses des femmes entrepreneures, nous avons utilisé le logiciel Nvivo¹³. Ce logiciel nous a permis d'analyser nos différentes sources d'entrevues avec technique et précision dans la mesure où nous avons eu la chance de catégoriser par thématique nos données. Par la suite, il nous a été facile de faire ressortir avec pertinence tous les paramètres qui sont nécessaires à notre compréhension. En effet, la catégorisation des unités d'analyse dans ce logiciel a été effectuée dans des thèmes appelés des « nœuds » au moyen d'une fonctionnalité d'encodage. L'avantage de l'utilisation du logiciel réside dans la simplification de la démarche de l'analyse par une catégorisation informatisée et par la disponibilité de « verbatim » par sous thèmes facilitant ainsi leur exploitation lors de l'analyse et la discussion du présent travail. Cependant, pour l'analyse du sens des réponses, nous avons choisi d'opter pour l'analyse manuelle pour ses bienfaits, notamment, elle donne une conception non erronée du langage (Grimmer et Stewart, 2013) et qui prend en compte le contexte, l'expérience personnelle du répondant, les figures du styles, l'utilisation des symboles et des gestes (Daigneault et Pétry, 2017). Le logiciel offre une analyse sommaire moins apte à capter la complexité que ne le serait l'analyse manuelle (Daigneault et Pétry, 2017).

En résumé, nous avons effectué notre analyse de contenu thématique en suivant trois étapes :

- La phase préanalyse ;
- Exploitation des données ;

¹³ Nvivo est un logiciel de traitement des données qualitatives ; ce logiciel a été utilisé dans notre thèse afin qu'il nous facilite la structuration du travail d'analyse.

- Interprétation.

La première étape de notre analyse des données a commencé par une retranscription des données. En effet, notre premier travail a consisté à retranscrire l'intégralité du contenu de nos entrevues dans le but de saisir toutes les informations brutes. Ensuite, étant donné que nous avons travaillé par le logiciel Nvivo, nous avons thématiqué l'ensemble du contenu de nos interviews. À partir de notre cadre théorique, nous avons créé des thématiques dans lesquelles nous avons retranscrits le contenu des entrevues. Ceci nous a permis d'être mieux organisés et mieux structurés dans notre démarche.

Les principaux thèmes sont :

- L'entrepreneure ;
- L'entourage familial ;
- L'appui des institutions ;
- Les relations professionnelles.

Il est à signaler qu'il est possible que l'analyse des données fasse émerger de nouveaux thèmes d'analyse (codage hybride ou mixte).

Nous avons établi une analyse horizontale (extra-interview) afin de déterminer comment chaque thème et sous-thème figurant dans la grille a été abordé par l'ensemble des répondantes.

2.2. La validité des résultats

Pour assurer la validité de nos résultats, nous avons prévu d'envoyer un document résumant les résultats obtenus. Nous avons donc tenté d'entrer en contact par mail avec les femmes entrepreneures interviewées afin qu'elles acceptent de recevoir le document résumant les résultats de notre recherche et de nous livrer leurs remarques. Globalement, les commentaires reçus étaient positifs vis-à-vis des résultats élaborés.

Nous avons également essayé de nous assurer de la validité externe de notre recherche. Drucker-Godard et collab., (Thiétart, 1999, p. 280) considèrent que la validité externe d'une recherche « *examine les possibilités et les conditions de généralisation et réappropriation des résultats d'une recherche* ». Il s'agit ici de se demander si les résultats obtenus sur un échantillon peuvent être généralisés à l'ensemble de la population mère étudiée soit les femmes entrepreneures. Dans une généralisation analytique, nous pouvons confirmer ce constat, c'est-à-dire dans le cas où les mêmes conditions, les mêmes circonstances, et le même environnement se présente, les mêmes résultats vont se reproduire.

Contrairement à la généralisation dans sa globalité, cette recherche se veut contextuelle et n'a pas comme objectif d'évaluer les possibilités de transfert des résultats. Selon Drucker-Godard et collab., (Thiétart, 1999 p. 281), « *la dépendance contextuelle consiste à déterminer si un résultat mis en évidence sur un terrain est dépendant de la ou des variables étudiées ou s'il dépend aussi d'autres caractéristiques propres à ce terrain étudié. Dans ce dernier cas, il y a ancrage culturel, historique, social, plus ou moins fort des résultats au terrain* ». La présente recherche peut donc être qualifiée de contextuelle, en effet, les données recueillies sont fortement liées au terrain.

Après avoir détaillé notre cadre méthodologique, nous abordons dans la section qui suit les résultats de notre étude, pour analyse et discussion.

Section 2 : Présentation et analyse des résultats

Dans cette section, nous présentons les résultats de notre étude. Nous proposons, d'abord, les propos non prévisibles dans la théorie et les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures interviewées, ainsi que les caractéristiques de leurs entreprises et leur secteur d'activité. Ensuite, nous allons procéder à la présentation et l'analyse des résultats liés à nos questions de recherches. Ces résultats seront présentés en lien avec les propositions de recherche que nous avons élaborées dans notre cadre théorique et à partir du terrain. Il s'agit des propositions liées à l'ensemble des facteurs

retenus, susceptibles d'agir en antécédents à la création des entreprises par les femmes marocaines de notre échantillon : les facteurs liés à l'entrepreneure, les facteurs liés à son contexte familial, les facteurs liés aux institutions, et enfin, les facteurs liés aux relations professionnelles.

§1. Présentation générale des résultats

Avant de présenter les éléments issus de notre étude empirique, nous avons estimé nécessaire de faire un retour vers l'étude exploratoire pour préciser les éléments non prévisibles dans la théorie.

1. Ouverture des propos non prévisibles dans la théorie

Avoir une vision stratégique ; commencer petit ; établir un bon business plan ; travailler dur ; être persévérante ; être sérieuse ; avoir un plus par rapport aux autres ; avoir une idée claire et précise de ce que l'entrepreneure veut faire ; démarrer sans crédit ou bien le cas échéant avec une petite somme. Ces facteurs n'étaient pas pris en considération dans notre cadre d'analyse conceptuel de départ. Néanmoins, lors de notre analyse des discours des femmes entrepreneures, nous avons noté que ces facteurs ont été évoqués plusieurs fois comme étant des éléments importants à la création et au développement des entreprises féminines.

2. Profil des femmes interviewées et les caractéristiques de leur entreprise

Afin d'avoir un aperçu sur le profil des femmes entrepreneures de notre échantillon, nous proposons de présenter dans cet axe certaines de leurs caractéristiques (âge, situation maritale, nombre d'enfants, etc.), ainsi que les caractéristiques de leurs entreprises (taille, secteur d'activité, statut juridique, etc.).

Les femmes interviewées sont issues de familles moyennement aisées. Leur âge varie entre 30 ans et 63 ans, et elles sont toutes mariées. La majorité d'entre elles ont plus d'un enfant. La quasi-totalité de ces femmes ont un niveau d'études supérieures : 16 femmes ont un diplôme d'enseignement supérieur long (Bac+3 et plus), 2 d'entre

elles possèdent un diplôme d'enseignement supérieur court (Bac+2) et 2 ont achevé à terme leurs études secondaires (Bac). Toutes les femmes interviewées ont déjà travaillé avant de créer leurs entreprises. Dans l'ensemble, le statut d'entrepreneure ne constitue pas, pour la plupart des femmes chefs d'entreprises de notre échantillon, une rupture par rapport à une situation de non-emploi mais un changement de statut dans une situation de travailleuses. Elles étaient des salariées dans le secteur privé ou des fonctionnaires de l'Etat. La plupart des femmes rencontrées ont choisi de se lancer dans leur domaine d'expertise. Toutes les femmes interviewées sont à l'origine de la création de leurs entreprises, et elles ont lancé leur entreprise tout en étant mariées à l'exception de 2 femmes.

Les entreprises créées et gérées par les femmes chefs d'entreprises interviewées sont toutes de très petites tailles, puisque la majorité d'entre elles emploient moins de 10 salariés. Ces entreprises sont relativement jeunes (la majorité a plus de 5 ans). Toutes les femmes sont propriétaires uniques de leur entreprise. La forme juridique majoritaire est la SARL (Société à Responsabilité Limitée). Leurs entreprises appartiennent à divers secteurs, néanmoins, le secteur des services reste le secteur de prédilection des femmes interviewées.

Après avoir dressé un portrait des femmes chefs d'entreprises en se basant sur les données démographiques et personnelles de celles-ci, ainsi que les données de leurs entreprises, nous allons présenter et analyser dans les lignes qui suivent, les résultats liés à nos propositions de recherche.

Ainsi, ces résultats seront détaillés selon les quatre facteurs retenus pour notre étude, à savoir : les facteurs liés à l'entrepreneure, les facteurs liés à son contexte familial, les facteurs liés aux institutions, et les facteurs liés aux relations professionnelles.

§2. Facteurs retenus dans notre étude

Cette étude avait pour but principal de comprendre la relation entre la création et le développement d'une entreprise en prenant en compte les facteurs personnels et contextuels des femmes. Pour ce faire, nous avons recouru à un cadrage théorique de notre thèse et un codage des verbatims des femmes entrepreneures de notre échantillon. Ainsi, il est important de mettre en relief le fait que nous allons nous imprégner essentiellement des propos tenus par les entrepreneures interviewées en leur attribuant leur réel nom, suite à leur demande.

1. Les facteurs liés à l'entrepreneure

Nous avons retenu trois principaux facteurs : les motivations des femmes interviewées, leur expérience précédente et enfin leur parcours scolaire.

1.1. Les motivations

D'après l'analyse des réponses des femmes interviewées, les motivations constituent le premier catalyseur pour créer leur entreprise. Bien qu'elles aient une situation professionnelle stable, ces femmes n'ont pas hésité à se lancer dans la création d'une entreprise dès qu'elles en ont eu l'opportunité. Parmi les principales motivations soulevées par les femmes de notre échantillon, il y a le besoin d'accomplissement personnel et d'autonomie professionnelle (devenir son propre chef). Les témoignages ci-dessous attestent ce constat :

« D'abord être mon propre chef, et ne pas être dans un endroit où je suis gouvernée par des personnes sans aucune affinité, genre on ne partage pas les mêmes visions et les mêmes objectifs. Donc c'était ça ce qui m'a vraiment motivé à se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat » (Ouafae, ACCROBODY, 60 ans, 3 enfants, parfumerie)

« Je choisis d'entreprendre car j'aime le risque, parce que je veux être installée pour mon propre compte, parce que je veux faire travailler du monde, je veux être le commandant de bord de mon avenir, je ne veux pas que quelqu'un d'autre le gère pour moi » (Oumnia, DISTRITEL, 45ans, 3 enfants, Matériaux de construction)

Ces femmes interviewées qui sont motivées par l'accomplissement tendent à chercher souvent à partager leur savoir avec d'autres personnes :

« Je suis passée par des périodes de dépression, et la seule chose qui m'a aidé pour m'en sortir de cette dépression c'est la méditation, et donc quand je suis revenue de la Thaïlande, la première chose qui m'est venue en tête que ça va être égoïste de découvrir une pratique très puissante mais aussi simple à la fois, et ne pas la partager, et l'idée de l'entreprise a suivi d'une manière logique » (Sahar, HUMAN ARTS & MEDITATION, 30 ans, 0 enfant, Bien être)

« Après avoir pris un départ volontaire en 2005, je suis restée à la maison sans travail. Ensuite, j'ai constaté que j'ai encore beaucoup de choses à donner et à partager avec autrui. Il m'est donc venu à l'esprit de créer une entreprise et d'investir dans le domaine de l'enseignement privé en utilisant ma grande expérience » (Najia, J. J. ROUSSEAU, 60 ans, 4 enfants, Ecole d'enseignement privée)

Les femmes interviewées sont poussées par la volonté d'entreprendre, et cherchent à se réaliser. L'entrepreneuriat, pour elles, peut être un moyen pour concrétiser un rêve ou une passion. Elles sont très ambitieuses et considèrent ceci comme un atout majeur pour créer et développer une entreprise :

« C'était de concrétiser mon rêve de faire la décoration et d'élargir mon savoir-faire » (Wissal, NOTRE BOUQUET, 43 ans, 3 enfants, Fleuriste)

D'autres femmes indiquent qu'elles se sont lancées dans le monde des affaires dans le but d'exploiter leurs compétences. En effet, elles considèrent que l'activité entrepreneuriale peut être l'occasion de montrer et de faire travailler un talent inexploité :

« Le manque de ce projet dans la ville de Fès. C'est très difficile de réussir un projet culturel, déjà ma motivation c'était d'avoir un espace culturel dans la ville de Fès. Fès c'est la capitale spirituelle, elle a une histoire, elle a vraiment une fortune et une richesse énorme mondiale mais la continuité n'a pas été faite. Depuis que j'étais petite, j'avais un vrai penchant vers l'art, le dessin et la peinture donc quand j'ai grandi, après pas mal de combats parce que ce

n'était pas facile, je me suis dit qu'il faut absolument rendre quelque chose à la ville, et voilà j'ai voulu créer cet espace culturel à la ville de Fès » (Houda, GALERIE GH, 37ans, 2 enfants, Dessin des toiles)

« Le manque de tel atelier dans la ville. Atelier d'enfant par excellence pour développer la confiance en soi. Mon objectif est d'aider les enfants d'aujourd'hui à construire leur confiance, car ils seront les adultes de demain. Etant enfant, je souffrais de ce problème, et je voulais aider dans ce sens » (Latifa, LEZARTS CREATIFS, 41 ans, 3 enfants, Activités pour enfants)

Néanmoins, d'autres femmes chefs d'entreprises de notre échantillon mentionnent également des motivations négatives pour justifier leur décision d'entreprendre. L'insatisfaction lorsqu'elles étaient salariées est la raison principale pour choisir de devenir entrepreneures.

Certaines femmes expliquent que l'origine de leurs motivations pour créer leur entreprise sont les diverses pressions exercées sur elles lorsqu'elles étaient salariées. Celles-ci ont fortement influencé leur décision et leur choix. Par ailleurs, les facteurs d'insatisfaction ont eu raison de leur choix d'entreprendre.

« Être entrepreneur permet de récompenser l'effort. Par contre quand on est des salariés on est limité on a un salaire, il n'y a pas de motivation dans ce sens-là donc on reste assez limité dans ses aspirations, voilà c'est ce qui m'a boosté dans le choix » (Sonia, SONIA'Z DESIGN, 43ans, 2 enfants, Agencement intérieur)

D'après les propos des femmes interviewées, il semble que les motivations d'ordre personnelles constituent l'élément principal qui a poussé ces femmes à créer leur entreprise. Ces motivations sont soit de nature positive ou négative. Toutefois, les motivations positives sont fortement soulignées par ces femmes. L'accomplissement personnel et l'autonomie professionnelle, le sens du partage, la concrétisation d'un rêve ou d'une passion, l'exploitation d'un talent inexploité, l'insatisfaction de ces femmes lorsqu'elles étaient salariées ou fonctionnaires s'avèrent être les principales motivations qui caractérisent les femmes entrepreneures de notre échantillon.

En poussant davantage notre analyse, nous constatons que les motivations des femmes interviewées sont justifiées, dans une certaine mesure, par leurs conditions de mère et d'épouse. L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, la possibilité de travailler à temps partiel sont des motivations qui émergent lors du démarrage de l'activité entrepreneuriale.

1.2. L'expérience

Les interviewées considèrent que leur expérience précédente leur a permis, en effet, d'acquérir les compétences et les connaissances nécessaires pour créer leur projet:

« J'étais consultante et auditrice à AFNOR, j'accompagnais les entreprises principalement dans deux choses : organisation interne et changement dans l'entreprise et tout ce qui est certification ISO 9001. Cette expérience m'a permis de lancer mon entreprise en consulting en tant qu'experte en entrepreneuriat » (Laila. Ab, BRIDGES TO THE FUTURE, 32 ans, 0 enfants, Accompagnement des entreprises)

« J'ai 30 ans d'expériences dans le domaine de l'éducation, de la didactique et de la pédagogie. C'était enrichissant pour la création de mon entreprise » (Najia, J. J. ROUSSEAU, 60 ans, 4 enfants, Ecole d'enseignement privée)

« La réussite est liée surtout à l'expérience cumulée » (Wissal, NOTRE BOUQUET, 43 ans, 3 enfants, Fleuriste)

Nos résultats indiquent que ces femmes ont lancé leur entreprise dans leur domaine d'expertise. Les années accumulées dans le salariat facilitent l'intégration dans leur secteur d'activité dans la mesure où elles ont eu moins de barrières à l'entrée :

« Mon dernier stage avant d'être entrepreneure était dans une entreprise similaire à mon projet (dans une imprimerie papeterie et négoce). Cette expérience m'a beaucoup encouragé pour lancer mon entreprise » (Hafssa, LIBRAIRIE HAFSSA, 30 ans, 2 enfants, Fournitures scolaires)

« Je travaillais dans une agence web et communication et après j'ai créé ma propre entreprise dans le même domaine. Cette expérience m'a boosté pour créer mon entreprise » (Kaoutar, INVICTA, 32 ans, 1 enfant, Agence web en informatique)

Ce qui se dégage d'après notre analyse des propos des femmes interviewées laisse observer l'existence d'une grande unanimité sur l'idée qui stipule que : la connaissance dans un domaine précis est la clé de leur réussite. En effet, elles estiment très difficile de réussir une activité entrepreneuriale sans avoir un minimum de connaissances du secteur dans lequel elles comptent investir. Cette connaissance leur a servi à l'interprétation et au bon traitement des codes et des informations dans le secteur de leur activité.

1.3. Le niveau scolaire

En ce qui concerne le niveau et le parcours scolaire, les femmes chefs d'entreprises soulignent que le diplôme peut s'avérer utile. Le fait qu'elles aient un niveau scolaire supérieur, et un parcours scolaire adéquat leur permet d'apprendre plus rapidement et plus facilement certaines connaissances indispensables pour lancer au mieux leur activité. Des femmes interviewées abondent dans ce sens pour confirmer ce constat :

« J'ai eu mon bac, et un Diplôme de professorat du second cycle collégial en Education physique et sportive, et ça m'a aidé parce que la première des choses que j'ai faite c'est la création d'une salle de sport, je suis restée dans le même domaine » (Aziza. S, CLUB MODERNE D'AEROBIC, 59 ans, 2 enfants, Salle de sport)

« Mes études approfondies dans le domaine d'audiovisuel, infographie et de multimédias m'ont encouragé à créer une entreprise de publicité, de sérigraphie et d'impression » (Hafssa, LIBRAIRIE HAFSSA, 30 ans, 2 enfants, Fournitures scolaires)

« J'ai un diplôme de coiffure et d'esthétique, ce diplôme m'a aidé dans la création de mon salon » (Laila, SALON LEILA, 40 ans, 2 enfants, Salon de coiffure et d'esthétique)

« Mon parcours académique m'a beaucoup aidé, et il a joué un rôle primordial surtout que nous avons eu l'occasion d'étudier la matière de l'entrepreneuriat. Cette matière a joué un rôle très important dans la mesure où le professeur nous a indiqué beaucoup de choses, comment se passe la création d'entreprise, comment avoir des clients... » (Hajar, ABDANI'S ASSURANCE, 30 ans, 1 enfant, Assurance)

Néanmoins, certaines d'entre elles déclarent ne pas s'appuyer totalement sur leur diplôme pour créer leur entreprise. D'ailleurs, elles détiennent un diplôme dans un domaine loin de leur activité entrepreneuriale. Ce diplôme a aidé ces femmes d'une manière indirecte à travers l'acquisition des compétences transversales telles que : le développement de la personnalité, la communication, et la confrontation avec les gens:

« Mon parcours académique n'a rien avoir avec mon métier d'aujourd'hui, donc mon parcours académique est un parcours de commercial (j'ai un bac vente action et marchande). Par contre, il m'a aidé dans la création de l'entreprise par les rencontres de certaines personnes. C'est en rencontrant des gens, qui m'a permis aujourd'hui de dire que moi aussi je peux le faire » (Latifa, LEZARTS CREATIFS, 41 ans, 3 enfants, Activités pour enfants)

« Mon parcours ne m'a pas aidé dans la création. J'ai une culture alors elle m'a aidé à construire ma personnalité, ça veut dire le fait d'avoir étudié, travaillé, et avoir accumulé un bagage dans le domaine de la couture » (Aziza. B, ESCOM BEL, 63 ans, 5 enfants, Ecole de stylisme modélisme et de couture traditionnelle)

« C'est la base, c'est-à-dire on apprend beaucoup de choses. Déjà être étudiant, c'est être sociable, rencontrer les gens, rêver de ce qu'on doit faire. Des fois le domaine des études est loin du domaine professionnel, c'est-à-dire, il faut aller au-delà de ce qu'on a fait pour réussir, "il ne faut pas s'entêter et dire j'ai étudié ça donc je dois faire ça, il faut zigzaguer et voir ce qu'il y a sur le marché et s'y lancer" » (Amina, LANCO MAROC, 54 ans, 1 enfant, Jouets en latex)

En se basant sur les verbatims récoltés auprès des femmes de notre échantillon, la création d'entreprise et le développement de celle-ci peuvent être liés à leur parcours scolaire. Selon ces femmes, pour créer une entreprise et la développer, le diplôme peut être un support favorable.

D'autant plus, le niveau d'études chez la majorité de ces femmes a joué également un rôle primordial dans la création et le développement de leur entreprise.

2. Les facteurs liés à son contexte familial

Dans cette catégorie, également trois facteurs sont retenus : le soutien du conjoint, le rôle d'un exemple d'entrepreneur, et les responsabilités familiales.

2.1. Le soutien du conjoint

Les témoignages des femmes chefs d'entreprises de notre échantillon s'accordent à affirmer l'importance du rôle joué par leurs conjoints, tant au niveau du démarrage de leur entreprise qu'au niveau de la gestion et du développement de celle-ci.

« Je partage la même mentalité avec mon mari, car il est mon compagnon et mon soutien depuis l'université. Je compte beaucoup sur lui vu ses qualités relationnelles, parce qu'il était le secrétaire régional des syndicats des professeurs. C'est lui qui a revu les conditions d'entrée dans ce secteur. Il m'a aidé à rassembler les papiers, et c'est lui qui a supervisé les travaux de construction et d'entretien de mon école » (Najia, J. J. ROUSSEAU, 60 ans, 4 enfants, Ecole d'enseignement privée)

« Mon mari est un grand homme, il a fait plus que me soutenir. Il m'a encouragé deux ans avant la création de mon entreprise " en me disant vas-y tu peux le faire, il faut que tu le fasses ". Mais, le facteur financier était très difficile. J'avais peur de me trouver avec beaucoup de dettes. Et dès que j'ai pu obtenir une somme d'argent, mon mari m'a dit voilà maintenant tu peux commencer la création de ton entreprise. Ça a été un très grand soutien mon mari, un énorme soutien » (Latifa, LEZARTS CREATIFS, 41 ans, 3 enfants, Activités pour enfants)

« Mon mari, il m'a été d'un très grand soutien, il est derrière les rideaux, lui qui fait tout, par exemple : l'eau, l'électricité, et c'est lui qui achète les matériaux et qui les installe, moi je dis voilà ce que je veux faire et lui fait tout le travail » (Aziza. S, CLUB MODERNE D'AEROBIC, 59 ans, 2 enfants, Salle de sport)

Le soutien du conjoint semble être indispensable chez la majorité des femmes chefs d'entreprises interviewées. Cependant, seulement une femme de notre échantillon déclare ne pas recevoir le soutien de son conjoint :

« Mon mari ne m'a pas soutenu, il était contre parce que pour lui voilà tu as travaillé beaucoup tu t'es investie trop maintenant essaye de te reposer. Moi le verbe (se reposer) n'existe pas dans mon mode de vie, je suis comme ça, je suis hyper active, il faut que je fasse quelque chose, il faut que je m'occupe » (Ouafae, ACCROBODY, 60 ans, 3 enfants, parfumerie)

Les témoignages des femmes chefs d'entreprises de notre échantillon s'accordent à affirmer l'importance du rôle joué par leurs conjoints, tant au niveau du démarrage de leur entreprise qu'au niveau de la gestion et du développement de celle-ci.

Ces femmes reçoivent le soutien de leur conjoint d'abord dans la création de leur entreprise, et par la suite, dans la gestion et le développement de celle-ci. Comme nous avons pu observer à travers nos résultats, le conjoint est le premier recours en cas de problèmes ou de complications, que ce soit sur le plan professionnel ou personnel. Également, le conjoint fournit diverses aides (l'accès au marché, la garde des enfants, les conseils et d'autres aides de toute nature).

2.2. Le rôle de l'exemple d'entrepreneur

Les résultats de notre recherche divergent quant au rôle d'un exemple d'entrepreneur dans l'entourage des femmes chefs d'entreprises sur leur activité entrepreneuriale.

Certaines femmes chefs d'entreprises interviewées déclarent n'avoir aucun entrepreneur dans leur environnement proche. Ainsi, elles considèrent que leur décision de devenir entrepreneure est une démarche individuelle, émergée grâce à leurs convictions et motivations personnelles, comme le témoignent ces femmes :

« Quelqu'un de spécial à qui je voulais ressembler, non du tout, c'était ma volonté » (Ouafae, ACCROBODY, 60 ans, 3 enfants, parfumerie)

« *Je suis mon propre exemple, ce que je ressens je le fais* » (Sonia, SONIA'Z DESIGN, 43ans, 2 enfants, Agencement intérieur)

« *Toutes mes réalisations sont dues à mes expériences et mon vécu* » (Wissal, NOTRE BOUQUET, 43 ans, 3 enfants, Fleuriste)

Par contre, d'autres déclarent avoir un proche de la famille ou un ami qui est entrepreneur. Ces femmes ont été influencées par leurs proches dans leur décision de devenir entrepreneures :

« *Déjà je suis la fille d'un entrepreneur, je travaillais un peu avec lui quand j'étais petite. Ça m'a aidé, ça a évolué dans ma tête. D'ailleurs, je suis la seule dans la famille qui a emprunté le même chemin que son père* » (Amina, LANCO MAROC, 54 ans, 1 enfant, Jouets en latex)

« *Ma mère, dans mes yeux, c'est une super maman parce qu'elle a pu gérer la maison et son entreprise. La vérité pour moi c'est l'exemple surtout qu'on est une grande famille (j'ai beaucoup de frères), et elle a su tout gérer* » (Kaoutar, INVICTA, 32 ans, 1 enfant, Agence web en informatique)

« *Mon père (que Dieu ait pitié de lui) était un marchand, et un entrepreneur de céréales. C'est lui qui a élevé en moi le sens de l'entrepreneuriat* » (Najia, J. J. ROUSSEAU, 60 ans, 4 enfants, Ecole d'enseignement privée)

Certaines femmes de notre échantillon, ont été impactées par d'autres femmes chefs d'entreprises. Pour elles, ces femmes étaient le modèle à suivre, c'est pour cette raison, elles ont décidé de se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat :

« *C'était la personne qui m'a apprise la couture à Bruxelles, c'était une école qui s'appelait le grenier de Paris* » (Aziza. B, ESCOM BEL, 63 ans, 5 enfants, Ecole de stylisme modélisme et de couture traditionnelle)

« *C'était la femme chef d'entreprise avec laquelle je travaillais. J'ai vu comment elle a fait beaucoup de sacrifices pour faire marcher son salon. Alors, moi aussi je me suis dit une fois que je vais acquérir une certaine expérience, je vais créer mon propre salon, je me suis dit moi*

aussi je peux faire ça, moi aussi je peux être une femme entrepreneure » (Laila, SALON LEILA, 40 ans, 2 enfants, Salon de coiffure et d'esthétique)

D'autres femmes, ont été inspirées par des idées de projets développés à l'étranger :

« J'avais fait des formations en France dans la danse, j'avais rencontré un groupe à Lille. Des gens extraordinaires qui ont une belle salle qui ont beaucoup d'élèves, j'ai pris beaucoup d'idées et j'ai été inspirée par ces gens-là et je me suis dit pourquoi pas faire la même chose » (Aziza. S, CLUB MODERNE D'AEROBIC, 59 ans, 2 enfants, Salle de sport)

« J'étais inspirée par pas mal de personnes, les gens que j'ai rencontrés en Thaïlande, quand je me suis lancée par passion de partager autour de la méditation, autour de ses bienfaits sur le bien être des gens, je me suis dit juste pour avoir un cadre légal pour pouvoir travailler d'une manière légale, d'accord, je vais créer ma propre entreprise » (Sahar, HUMAN ARTS & MEDITATION, 30 ans, 0 enfant, Bien être)

Les conclusions que nous pouvons tirer des réponses des femmes interviewées laisse observer que la majorité des femmes chefs d'entreprises de notre échantillon accordent une importance à la présence d'un modèle entrepreneur à suivre. Pour elles, la présence d'un entrepreneur facilite l'idée d'entreprendre, et permet davantage de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, ainsi de tirer profit des expériences et de l'expertise de leur modèle.

2.3. Les responsabilités familiales

Les femmes entrepreneures de notre échantillon soulignent que leurs conjoints sont impliqués d'une façon équilibrée dans la vie de famille :

« La vérité, c'est que mon mari partage avec moi les responsabilités et m'aide toujours, il est très attentionné et compréhensif » (Hafssa, LIBRAIRIE HAFSSA, 30 ans, 2 enfants, Fournitures scolaires)

« Heureusement j'ai un mari qui m'aide beaucoup. Lui, il est du genre qui s'occupe des enfants et qui est très responsable, je peux même les oublier pendant toute une matinée, il va faire le

nécessaire avec eux. Et sa famille aussi m'aide beaucoup surtout sa mère et sa sœur parce qu'on partage la même maison avec eux » (Laila, SALON LEILA, 40 ans, 2 enfants, Salon de coiffure et d'esthétique)

Elles estiment qu'elles ont plus de facilité par rapport aux femmes fonctionnaires/ salariées. Celles-ci sont obligées de se déplacer à heures fixes pour assurer leur travail. La femme entrepreneure a plus de temps et de choix pour garantir un bon équilibre entre sa vie professionnelle et familiale, et d'assumer sa responsabilité familiale.

« Dieu merci, j'ai un travail indépendant, je gère mon temps par rapport à mes priorités. Si je trouve qu'aujourd'hui la priorité c'est les enfants je reste avec les enfants ; quand ils partent à l'école, moi aussi je partirai à la galerie ; quand ils rentrent à la maison, je rentre à la maison. Donc j'essaie de m'arranger et de ne pas leur faire sentir mon absence. C'est important de travailler, mais aussi d'être près de ses enfants. En plus de ça, les enfants ne restent pas à la maison, ils partent à l'école dès la première année tu peux les ramener à la crèche. Tout ça doit être effectué en bonne humeur. Il faut se dire toujours Dieu merci j'ai un travail et une famille à gérer parce que le fait de ne rien avoir ça tue » (Houda, GALERIE GH, 37ans, 2 enfants, Dessin des toiles)

« Pour moi, mon travail ne m'oblige pas d'être présente tout le temps, et être dans des heures précises, ça veut dire je peux arriver à n'importe quelle heure et partir à n'importe quelle heure. Par exemple, ce matin je ne travaillais pas, donc je suis avec Nizar. Cependant, l'après-midi je vais travailler donc je vais le laisser avec son père. Donc, la responsabilité est partagée entre moi et mon mari c'est une responsabilité à 2 » (Hajar, ABDANI'S ASSURANCE, 30 ans, 1 enfant, Assurance)

« Quand on est entrepreneur on a du temps, qu'on arrive à répartir comme on veut. On peut travailler la nuit et s'occuper des enfants le jour, ou bien le contraire, c'est ça justement l'avantage pour une femme d'être entrepreneure » (Oumnia, DISTRITEL, 45ans, 3 enfants, Matériaux de construction)

Les femmes chefs d'entreprises de notre échantillon s'accordent à dire que les responsabilités familiales demeurent leur préoccupation principale, tout en essayant

d'adopter différentes stratégies afin de concilier au mieux leurs responsabilités familiales et leurs responsabilités professionnelles.

Les femmes interviewées qui ont des moyens financiers suffisants pour s'offrir une aide externe de qualité s'en sortent bien par rapport à celles qui n'en disposent pas. Le travail à mi-temps et l'aide de la famille reste parmi les alternatives possibles pour pouvoir faire face aux contraintes personnelles et professionnelles. Néanmoins, leurs rôles d'épouse et de mère influencent leurs choix professionnels puisqu'une grande partie d'entre elles aménagent leur temps de travail pour répondre aux exigences familiales. Pour Les femmes interviewées, les différentes stratégies qu'elles ont pu mettre en place, sont la clé d'une vie professionnelle et familiale réussies. Elles sont très pragmatiques et s'organisent selon leurs disponibilités. Elles indiquent que leur statut d'entrepreneur est largement avantageux par rapport à leur statut de salarié, car il leur offre de nombreux avantages, dont évidemment celui de la libre organisation.

3. Les facteurs liés aux institutions

Dans cette catégorie, trois facteurs sont retenus : la relation avec l'administration, le rôle des structures d'accompagnement et les institutions financières.

3.1. L'administration

Les femmes chefs d'entreprises mettent en cause les services administratifs. Notamment en phase du lancement de l'entreprise. Ces femmes soulèvent que ces problèmes concernent principalement l'enregistrement officiel de leur activité. La longueur des procédures et les nombreux documents à fournir sont les obstacles les plus contraignants cités par Les femmes interviewées, comme le cas de cette dame :

« Le plus dur lorsque j'ai voulu lancer mon projet est la paperasse, il y avait beaucoup de documents à fournir » (Hafssa, LIBRAIRIE HAFSSA, 30 ans, 2 enfants, Fournitures scolaires)

« Alors l'Etat, c'est dommage, mais c'est la vérité, quand vous voulez faire un papier, vraiment on vous fait voir de toutes les couleurs » (Ouafae, ACCROBODY, 60 ans, 3 enfants, parfumerie)

Toutes les femmes de notre échantillon déclarent ne pas avoir reçu d'aide de l'Etat, comme le mentionne les témoignages suivants :

« Pour mon cas non, je n'ai pas bénéficié des aides ou bien des privilèges étatiques » (Hafssa, LIBRAIRIE HAFSSA, 30 ans, 2 enfants, Fournitures scolaires)

« L'Etat qui aide et qui subventionne des activités non, à part l'activité agricole, mais pour moi j'ai démarré dans la distribution, donc ce n'est pas du tout une activité qui est subventionnée » (Oumnia, DISTRITEL, 45ans, 3 enfants, Matériaux de construction)

Également, d'autres problèmes administratifs sont mentionnés par les femmes interviewées. Il s'agit des taux fiscaux qu'elles jugent très élevés. La totalité des femmes entrepreneures de notre échantillon gère de petites structures ainsi que leurs bénéfices restent limités :

« L'Etat a tout fait pour détruire mes projets. Et si jamais je fermerai ma salle c'est à cause d'elle. TVA m'a tué, l'impôt, l'eau et l'électricité 3millions par mois. C'est grave, elle nous met les bâtons dans la roue » (Aziza. S, CLUB MODERNE D'AEROBIC, 59 ans, 2 enfants, Salle de sport)

Les femmes interrogées ont besoin d'aide étatique, de support et de soutien, comme elle a été citée par cette interviewée :

« C'est bien dommage, on a besoin de levier financier, on a besoin d'apport financier au moment où on est malade, on a besoin des subventions, plein de choses comme ça ? mais tu te retrouves dans une mare toute seule. Et c'est vraiment épuisant c'est une énergie qu'on peut déployer en productivité, en production » (Sonia, SONIA'Z DESIGN, 43ans, 2 enfants, Agencement intérieur)

Le constat de ces femmes est unanime : les services administratifs marocains fonctionnent mal. Nos résultats indiquent que les femmes entrepreneures jugent l'environnement administratif déconcertant et défavorable à l'investissement. La complexité sur le plan des circuits et procédures et les tracasseries administratives sont les principaux obstacles pour la création de leurs entreprises.

Malgré que l'Etat met à la disposition des entrepreneurs certains programmes d'appui, il s'est avéré que les femmes interviewées n'ont pas bénéficié d'un de ces programmes, d'autant plus, elles se plaignent contre la lourdeur, la complexité et la difficulté rencontrées lors du processus administratif. Cela nous amène à s'interroger sur la nature du problème existant qui peut être en relation avec la qualité et la pertinence de la diffusion et du partage des informations.

3.2. Les structures d'accompagnement

Les femmes chefs d'entreprises de notre échantillon se plaignent aussi du manque de soutien de la part des structures d'aide à l'entrepreneur. Dans ce sens, ce manque de soutien de la part du gouvernement et les obstacles qui y sont liés sont des problèmes supplémentaires face à la création de leur entreprise. Ces femmes expriment leur mécontentement vis-à-vis de l'insuffisance du soutien à leur égard. Leur ressenti est illustré par le témoignage de cette femme chef d'entreprise, qui déplore l'absence de plans d'action concrets et efficaces :

« On sait qu'il y a des campagnes promotionnelles pour encourager les porteurs de projets, mais malheureusement la plupart de ces campagnes n'aboutissent pas à grand-chose »
(Loubna, NANO CAR, 43 ans, 3 enfants, Agence de location de voitures)

L'une des femmes affirme ce ressenti :

« C'est vrai qu'on assiste à quelques formations, des choses comme ça, mais ce n'est pas vraiment défini cas par cas. Le soutien psychologique et financier et le coaching doit être présent mais comment on peut le trouver... » (Habiba, BIO'H, 31 ans, 1 enfant, Produits bio)

Les témoignages des femmes interviewées laissent constater que l'ensemble de ces femmes sont unanimes sur le fait qu'elles n'ont pas bénéficié d'un service, d'une structure d'appui. Particulièrement, en termes de soutien, d'accompagnement et de formations. Bien qu'il existe parmi les réponses, un témoignage qui avance avoir assisté à des formations d'une structure d'accompagnement. Cependant, cette structure ne fournisse pas le soutien attendu dont elle a eu besoin au niveau de la création.

3.3. Les institutions financières

En ce qui concerne le financement de leur projet, nos résultats indiquent que les femmes chefs d'entreprises de notre échantillon sont réticentes à l'idée d'emprunter auprès de la banque pour démarrer leur activité. Elles déclarent avoir une préférence pour l'autofinancement (économies personnelles) et l'aide de leur famille.

« J'ai commencé très petite et je me suis laissée grandir, j'ai jamais pris de crédit » (Naima, HAUTE COUTURE NAIMA, 50 ans, 2 enfants, Haute couture)

« Franchement, c'était une épargne personnelle, et il faut s'éloigner des crédits ou bien si tu es obligé de prendre un crédit pour financer ton projet tu dois essayer de faire une très bonne étude, pour prendre le strict minimum. Et ne dis pas que tu vas réussir dès le début parce que ce que tu vas gagner au bout des 3 premières années, tu vas le réinvestir dans ton projet et tu vas le faire grandir petit à petit pour ne pas avoir trop recours à la banque ou bien avoir recours à ta famille, à ton mari, pourquoi aller à la banque » (Houda, GALERIE GH, 37ans, 2 enfants, Dessin des toiles)

« Au début, le business plan que j'ai mis en place c'était un business qui s'est basé sur du loyer et donc je n'ai pas acheté de foncier, j'ai commencé avec un petit capital que j'avais économisée moi-même » (Oumnia, DISTRITEL, 45ans, 3 enfants, Matériaux de construction)

« Moi-même, apport personnel à 100%, j'ai compté sur moi-même pour me sentir capable de faire et de réussir la chose je pouvais demander à mon mari ou demander un crédit auprès de la banque mais c'était pas ça ce que je voulais, et d'ailleurs j'étais toujours contre le crédit même si j'ai travaillé pendant 17ans dans la banque c'est pas mon truc si je prends un crédit je vais tomber malade, du coup tous mes apports sont personnels, j'effectue des investissements dans l'entreprise selon mes capacités financières » (Ouafae, ACCROBODY, 60 ans, 3 enfants, parfumerie)

Toutefois, les femmes qui ont voulu recourir à l'emprunt bancaire en complément de leur épargne, soulignent une grande difficulté. Une jeune chef d'entreprise se souvient encore qu'aucune banque n'a répondu favorable à sa demande de crédit :

« J'avais déjà une toute petite base c'est un épargne personnel, j'ai couru un peu partout pour avoir des crédits mais malheureusement aucune banque ne m'a accordé le crédit, elles ont refusé de me l'accorder étant donné que je ne dispose d'aucune garantie » (Amina, LANCO MAROC, 54 ans, 1 enfant, Jouets en latex)

Également, il est important de souligner que certaines activités n'ont pas besoin de levier financier, telle que l'activité de cette femme :

« Je n'avais pas de capital au début, j'ai commencé à faire des ateliers et à travers ces ateliers je finance les autres » (Sahar, HUMAN ARTS & MEDITATION, 30 ans, 0 enfant, Bien être)

Nos résultats montrent que les femmes entrepreneures se caractérisent par leur préférence élevée à l'autofinancement. Plusieurs explications sont avancées à ce sujet, d'une part, l'absence du besoin au financement externe. L'existence des économies personnelles ou familiales fait que le financement externe n'est pas privilégié. D'autant plus que la plupart des projets portés par ces femmes n'exigent pas des sommes considérables pour le démarrage, donc, un financement externe n'est pas indispensable.

D'autre part, la réticence des institutions bancaires vis-à-vis des entreprises des femmes interviewées. Ces femmes trouvent que les exigences des banques, en termes de garantie même lorsqu'il existe des schémas de garantie du crédit et les taux d'intérêt assez élevés, les empêchent d'opter pour un prêt bancaire.

4. Les facteurs liés aux relations professionnelles

Dans cette catégorie, trois facteurs sont retenus : les réseaux professionnels, la relation avec les salariés, et la relation avec les clients.

4.1. Les réseaux professionnels

La plupart des femmes chefs d'entreprises de notre échantillon, notamment celles qui sont affiliées à un réseau professionnel déclarent que leur affiliation à un réseau leur apporte une grande valeur ajoutée :

« Alors moi, j'ai été effectivement la présidente de l'Association des Femmes Chefs d'entreprises au Maroc pendant deux mandats successifs de 2010 à 2016. C'est un réseau d'affaire féminin présent au Maroc où on peut s'entraider, Il y a aussi un autre réseau d'affaire qui est le business networking qui est un réseau d'affaire international, et il y a aussi le mentoring donc ce sont des réseaux d'affaires qui nous permettent d'avoir des relations avec les gens même à l'international, et d'échanger nos expériences et tout ça » (Oumnia, DISTRITEL, 45ans, 3 enfants, Matériaux de construction)

« C'est lorsque nous nous recommandons les uns les autres et que l'on puisse travailler ensemble. Donc j'ai fait partie d'un réseau d'affaires qui s'appelle BNI pour le lancement de mon entreprise qui m'a vraiment été d'une grande aide. Cela m'a aidé dans les recommandations au tout début de mon lancement. Avoir une visibilité au sein de la ville dans laquelle on est complètement inconnu » (Latifa, LEZARTS CREATIFS, 41 ans, 3 enfants, Activités pour enfants)

« Faire partie d'un réseau d'affaires, ça veut dire avoir des relations qui peuvent être bénéfiques pour toi ou pour l'autre en apportant des recommandations. Ce sont des échanges et ça c'est très important d'être intégré socialement et d'être intégré dans un groupe, club, organisme, genre comme tu as déjà assisté au réseau BNI et autres groupes qui se retrouvent entres eux dans ce sens-là d'affaire ça apporte mais tout dépend avec quel réseau tu tombes. C'est important mais il faut trouver le bon réseau » (Sonia, SONIA'Z DESIGN, 43ans, 2 enfants, Agencement intérieur)

« C'est très important d'appartenir à un réseau intéressant, parce qu'il y a des choses qu'on ne peut pas réaliser seul. Déjà le fait d'appartenir à un réseau ça te permet de créer une visibilité ça te crée une notoriété tu te dis voilà j'existe sur le marché et j'ai mon mot à dire et j'ai mon poids » (Hanane, TRAITEUR HANANE, 40ans, 3 enfants, Agence événementielle)

Tandis que deux femmes de notre échantillon déclarent que leur adhésion reste une formalité et leur implication est très faible. Elles évoquent deux raisons principales : le manque de crédibilité et des promesses mensongères.

« Personnellement, je n'y vois aucun intérêt d'après mon expérience. Ce qui va vous faire réussir c'est le bouche à oreille et ta vraie réputation et ton travail si tu travailles tu vas avoir de la notoriété, si tu travailles pas tôt ou tard tu vas chuter. Si tu ne présentes pas le bon service

les gens vont se rendre compte de la qualité de ton travail et la publicité n'aura aucun effet » (Aziza. B, ESCOM BEL, 63 ans, 5 enfants, Ecole de stylisme modélisme et de couture traditionnelle)

« D'après mon expérience, je risque vraiment de vous décevoir parce que c'est ma personnalité, je ne sais pas mentir je suis franche et je préfère le dire c'est du bluff parce que on vous promet des choses mais en fait on vous laisse » (Ouafae, ACCROBODY, 60 ans, 3 enfants, parfumerie)

Les réseaux sont considérés par la majorité des femmes interviewées chefs d'entreprises de notre échantillon comme les principaux canaux par lesquels ces femmes accèdent à différents services. Ils contribuent, comme une sorte de passerelle entre ces femmes et certaines parties prenantes, en particulier, les clients.

Ainsi, les femmes de notre échantillon, préfèrent en premier, s'appuyer sur leurs relations personnelles (des amis et des anciens employeurs et collègues de travail) et familiales pour développer leurs contacts. Elles adhèrent également à un réseau connu dans le monde des affaires tel que : l'association des femmes chefs d'entreprise, le BNI, et l'association Bouabate Fès.... Ces réseaux restent, pour beaucoup de femmes, le chemin le plus court et le plus sûr pour approcher le maximum de clients potentiels. Ça leur permet d'être recommandé auprès des clients via les membres de ces réseaux. Néanmoins, l'affiliation à ces réseaux exigent une grande crédibilité et fiabilité en termes de qualité des services proposés. De ce fait, ces femmes entrepreneures doivent en permanence garder un niveau élevé en matière de service offert.

4.2. La relation avec les salariés

Nos résultats montrent que la relation des femmes interrogées avec leurs salariés est une relation qui adhère parfaitement à l'approche relationnelle. En effet, elles tendent à construire des relations harmonieuses avec leurs salariés en partageant ainsi avec eux une partie de leurs responsabilités. Un style de management tourné vers la recherche de la flexibilité et l'instauration d'un climat chaleureux et familial avec les salariés de l'entrepreneure :

« Personnellement, je connais tous mes salariés, je fais des team building. Ça fait quelques années, j'ai instauré une fois par semaine un système c'est qu'on déjeune ensemble, ça peut être n'importe, mais on partage la même table » (Aziza. B, ESCOM BEL, 63 ans, 5 enfants, Ecole de stylisme modélisme et de couture traditionnelle)

« Au sein de mon agence, il y a beaucoup de respect et de responsabilité et le bon comportement. Personnellement, j'essaie toujours de leur faire sentir que c'est leur entreprise ce n'est pas la mienne on doit réussir ensemble. Surtout dans notre domaine c'est le salarié qui ramène les clients, qui doit assurer de la satisfaction des clients, la fidélisation des clients... quand tu n'es pas présent, lui est présent » (Hajar, ABDANI'S ASSURANCE, 30 ans, 1 enfant, Assurance)

« La relation que j'ai avec mes salariés une relation magnifique, respect total et entre nous y a beaucoup d'amour » (Hanane, TRAITEUR HANANE, 40ans, 3 enfants, Agence événementielle)

« Je m'habitue à l'approche des ressources humaines. Je les traite comme mes chers enfants, je n'applique pas l'autorité dans mon entreprise » (Najia, J. J. ROUSSEAU, 60 ans, 4 enfants, Ecole d'enseignement privée)

Les femmes interviewées s'accordent sur le fait que le salarié constitue le maillon principal de l'entreprise, au fait qu'il joue un rôle primordial dans son développement ainsi que sa réussite :

« Les salariés représentent l'entreprise, si tu as un staff sérieux, il participera à la réussite de l'entreprise. En fait, les salariés jouent un rôle très puissant dans la réussite ou la destruction de ton entreprise » (Naima, HAUTE COUTURE NAIMA, 50 ans, 2 enfants, Haute couture)

« Les salariés c'est la base même de l'entreprise. En une seconde ils peuvent tirer l'entreprise vers le plus bas niveau. Tout simplement, soit ils vont vous ramener beaucoup de clients, soit ils vont les faire fuir. C'est plus qu'important » (Kaoutar, INVICTA, 32 ans, 1 enfant, Agence web en informatique)

Sur la base des témoignages récoltés auprès des femmes interviewées, il ressort que le style de management participatif et relationnel est le plus adopté par ces femmes

entrepreneures. C'est un style qui considère le salarié non seulement comme un simple exécuteur des tâches, mais comme un co-responsable dans l'entreprise. Afin que ce style puisse donner des résultats, les valeurs décrites par l'entreprise doivent être partagées et adoptées par l'ensemble du personnel. L'encouragement, la motivation, la confiance, et la délégation des tâches sont la composante principale pour favoriser la réussite de l'entreprise.

4.3. La relation avec les clients

En ce qui concerne les femmes chefs d'entreprises, elles indiquent que, d'une manière générale, elles entretiennent de bonnes relations avec leur clientèle :

« C'est le plus important, et surtout dans mon travail j'étais entrain toujours de tisser une relation avec mes clientes à vie, la preuve c'est quand j'étais dans la petite salle elles étaient avec moi, quand je suis partie à la 2eme salle, elles m'ont suivi, et quand je suis allée à tae fine même si elles n'ont pas beaucoup de moyens mais elles m'ont suivi et quand je suis revenue au club moderne d'aérobic elles sont revenues chez moi » (Aziza. S, CLUB MODERNE D'AEROBIC, 59 ans, 2 enfants, Salle de sport)

« Etablir la confiance doit être réalisé pour la pérennité de la relation » (Habiba, BIO'H, 31 ans, 1 enfant, Produits bio)

Toutes les femmes sont unanimes sur le fait que la bonne relation (satisfaction et fidélisation) avec le client doit être la valeur la plus partagée chez tout le personnel de l'entreprise. C'est le client qui contribue au développement de leur entreprise et sa réussite :

« Le client c'est ce qui te fait vivre, c'est ce qui assure la pérennité de l'entreprise. Le client est le roi, et ça aussi c'est une culture à faire passer dans l'esprit des salariés, il faut qu'ils sachent que le client est roi, et c'est ce qui lui permet d'avoir son salaire » (Aziza. B, ESCOM BEL, 63 ans, 5 enfants, Ecole de stylisme modélisme et de couture traditionnelle)

« Quand on parle d'une assurance on dit que le client est votre portefeuille, un client va te ramener un autre et l'autre va te ramener d'autres.... L'assurance c'est les clients et s'il n'y

a pas de clients, il n' y a pas d'assurance » (Hajar, ABDANI'S ASSURANCE, 30 ans, 1 enfant, Assurance)

« Une fois que la cliente est satisfaite de ma prestation, elle va me recommander à ses proches et à sa famille, elle va me ramener beaucoup de clientes, et ça va me permettre d'élargir mon portefeuille » (Hanane, TRAITEUR HANANE, 40ans, 3 enfants, Agence événementielle)

« La relation avec le client est déterminante du succès parce que le client c'est lui qui fait mon chiffre d'affaires, donc j'essaie toujours d'être crédible » (Loubna, NANO CAR, 43 ans, 3 enfants, Agence de location de voitures)

Globalement, les femmes chefs d'entreprises que nous avons rencontrées semblent entretenir une relation de proximité avec la plupart de leurs clients, qu'elles ont pu connaître grâce à leur réseau personnel, familial et professionnel. La majorité de ces femmes travaillent dans le secteur des services où les relations avec les clients sont basées principalement sur la satisfaction.

Tableau 11: Les facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines

	Facteurs « positifs »	Facteurs « négatifs »	Facteurs « neutre »
La création	-Motivations -Expérience -Soutien du conjoint -Responsabilités familiales -Réseaux professionnels	-Administration -Structures d'accompagnement -Institutions financières	-Niveau et parcours scolaire -Exemple-entrepreneur
Le développement	-Expérience -Niveau et parcours scolaire -Soutien du conjoint -Responsabilités familiales -Réseaux professionnels -Relation avec les clients -Relation avec les salariés	-Administration -Structures d'accompagnement - Institutions financières	-Exemple-entrepreneur

Source : Elaboré par nos soins

Section 3 : Discussion des résultats

La littérature sur l'entrepreneuriat féminin identifie une série de facteurs personnels/individuels et contextuels qui sont propices à la création et au développement d'entreprise par les femmes. Un certain nombre d'études (Bowen et Hisrich, 1986 ; Bruno et Tyebjee, 1982; Gartner, 1985; Manning et collab., 1989; Van de Ven, 1993; Guyot et Van Rompaey, 2002; Gnyawali et Fogel, 1994; Lacasse, 1990; Lerner, Brush et Hisrich, 1997; Shabir et Di Gregorio, 1996; Ascher, 2012 ; Constantinidis et collab., 2017) soulignent que l'environnement personnel, familial, institutionnel, et professionnel des femmes entrepreneures doivent être pris en considération pour analyser l'entrepreneuriat féminin.

En effet, une discussion générale de nos résultats obtenus par rapport au cadre théorique est jugée indispensable afin de pouvoir se positionner par rapport à la littérature sur l'entrepreneuriat féminin.

Comme le montre l'analyse des résultats de notre étude, les facteurs que nous avons retenus au niveau du cadre théorique et empirique jouent un rôle important dans la création d'entreprise par les femmes entrepreneures.

§1. Les facteurs liés à l'entrepreneur et à son contexte familial

Dans cette sous-section, nous allons procéder à la discussion des résultats issus de notre étude empirique des facteurs liés à l'entrepreneur et à son contexte familial à la lumière des grilles d'analyse, élaborés à travers des allers-retours entre la littérature et le terrain.

L'examen des résultats obtenus à partir des entrevues réalisées et de la revue de littérature nous permettra de formuler des réponses concises aux questions soulevées.

1. Les facteurs liés à l'entrepreneur

Dans notre étude, au niveau **des facteurs liés à l'entrepreneure**, les deux premiers facteurs à savoir les motivations et l'expérience semblent être des éléments clés pour la création d'un projet, alors que le dernier facteur correspondant au niveau/parcours scolaire est un support favorable pour les femmes entrepreneures. Nos résultats sont en adéquation avec l'approche par les traits qui stipule que la réussite d'un entrepreneur dépend de ses caractéristiques personnelles.

1.1. Les motivations

Concernant **les motivations**, elles sont régulièrement entretenues dans les débats sur l'entrepreneuriat féminin. A ce stade, les femmes choisissent une carrière entrepreneuriale pour diverses raisons. Celles-ci peuvent être liées soit à la vie personnelle, soit à la vie professionnelle du créateur potentiel et peuvent être d'un aspect positif ou négatif.

Dans ce sens, nous parlons de motivations «Push» ou de nécessité qui peuvent pousser un individu à entreprendre et des motivations «Pull» ou d'opportunité qui peuvent l'attirer pour entreprendre.

Nos résultats indiquent que les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès de notre échantillon, représentent les deux types de motivations, push et pull. Ainsi, les motivations des femmes interviewées ne semblent pas respecter la distinction en termes de leur nature, qui indique que les motivations push sont les principales motivations des femmes dans le pays en développement (Ascher, 2012). En effet, dans la littérature, il n'y a pas un compromis en ce qui concerne la nature des motivations qui poussent les femmes à entreprendre. Par exemple, les études de Coughlin et Thomas (2002), Shabbir et Di Gregorio (1996), Dzisi (2009) et Hossain et Eyben (2009) considèrent la nécessité économique comme la motivation principale des femmes entrepreneures dans les pays en développement (Kirkwood, 2009; Malach- Pines et collab., 2010). Contrairement à d'autres études, elles démontrent que les facteurs push ne sont pas souvent les principales motivations des femmes appartenant à ces pays, comme l'étude de Hossain

et Eyben (2009) au Pakistan et celle de Hisrich et Öztörk (1999) en Turquie ou de Naser et collab., (2009) aux Émirats arabes unis, de Constantinidis et collab., (2017) au Maroc.

Les résultats de notre recherche indiquent que les motivations à l'origine de la décision des femmes pour entreprendre, sont déterminées par une combinaison de facteurs, push et pull, plutôt que par un seul facteur quelconque. Cela corrobore les résultats d'autres études (Jones-Evans, 1995; Lerner et collab., 1997; Bennet et Dann, 2000). D'autant plus, Zoumba et Poesi (2018) appellent à nuancer la dichotomie opérée entre ces deux types de motivations.

Dans le même ordre d'idées, des études mettent en cause cette dichotomie push/pull, car elles considèrent que la même motivation peut être de nécessité pour un individu et d'opportunité pour quelqu'un d'autre (Hughes, 2003). Enfin, Giacomini et collab., (2011) concluent qu'un même groupe d'individus peut être conduit tant par des motivations d'opportunité que par des motivations de nécessité. Ces constatations corroborent une partie de nos résultats, puisque les femmes de notre échantillon ont mentionné les deux types de motivations (push et pull).

1.2. L'expérience

Par rapport à *l'expérience*, plusieurs auteurs (Naudé et Rossow, 2010 ; Mitchelmore et Rowley, 2013 ; Cooper, 1985) mettent en avant l'importance de l'expérience pour la réussite des femmes entrepreneures. Selon Cabrera et Mauricio (2017), l'expérience est parmi les facteurs clés qui favorisent la création d'entreprise par les femmes entrepreneures. Ces constats sont en parfaites cohérences avec nos résultats.

L'expérience que l'entrepreneur aura acquise dans une entreprise avant le lancement de sa propre entreprise, augmente sa capacité de raisonnement inférentiel, du fait que son travail au sein d'une entreprise lui permet de savoir ce qu'est l'entreprise, comment elle fonctionne et le prépare à son futur rôle de manager (Hibbar, 2006). D'autant plus, les femmes entrepreneures que nous avons pu interviewer, affirment ce constat. Ainsi, l'expérience professionnelle s'avère être capitale dans la création et le

développement pour les femmes chefs d'entreprises, ce qui explique que la plupart des femmes préfèrent se lancer dans un domaine qu'elles connaissent suffisamment (Carrier et collab., 2006).

L'expérience accumulée par l'entrepreneur avant la création peut se révéler être un facteur important de réussite de son entreprise (Hibbar, 2006). Il est primordial pour une entrepreneure de comprendre dans quel environnement elle évolue, car cela détermine le degré de maîtrise qu'elle aura au regard des ressources dont elle dispose, de l'organisation qu'elle adopte (Guth, Kumaraswamy et McErlean, 1991). Dès lors, l'accumulation d'une expérience professionnelle antérieure trouve toute son importance. Selon Aliouat et Nekka (1999), sur la base de la diversité des situations de gestion vécues, l'entrepreneur est capable de maîtriser tous les facteurs de son environnement qui peuvent favoriser son activité. Son expérience professionnelle antérieure pourra, par conséquent, lui permettre de réussir.

1.3. Le niveau et le parcours scolaire

L'étude de Sequeira et Rasheed, (2006) indique que **le niveau scolaire/ parcours scolaire** ont un impact positif sur l'engagement d'un individu en activité économique. De même, l'étude de Jabraoui et Boulahoual (2016) mentionne que le niveau d'études et la nature de formation sont parmi les facteurs clés de succès d'un entrepreneur. Tandis que, d'autres études soulignent que le niveau scolaire, par exemple, ne renseigne pas sur la concordance entre la qualification d'un individu et l'activité exercée. Par contre, dans certains cas (entretien d'embauche, financement d'un projet...), le diplôme peut être une indication significative des compétences individuelles du candidat. Ceci étant, une étude menée en France par Havet (2012), montre que l'expérience professionnelle est plus importante que le diplôme, particulièrement, l'expérience acquise dans le même domaine d'activité, et si le diplôme de l'entrepreneur a une influence positive au lancement de l'activité, il n'est plus un facteur déterminant par la suite. Une partie de nos résultats corrobore ces constatations, notamment pour les femmes qui ne se sont pas appuyées sur leurs diplômes pour démarrer leur activité entrepreneuriale. Néanmoins, le constat est différent en ce qui concerne la majorité des femmes interrogées qui se sont

appuyées essentiellement sur leurs diplômes pour lancer leur activité. Comme signale Cabrera et Mauricio (2017) dans leur étude sur les facteurs qui favorisent l'entrepreneuriat féminin, le diplôme impacte positivement le processus entrepreneurial (création, développement...).

De manière générale, les femmes entrepreneures de notre échantillon indiquent que le diplôme est un moyen et un atout intéressant pour elles, soit pour créer ou développer leur activité entrepreneuriale. Les femmes diplômées sont la population la plus exposée au chômage et le diplôme peut être le moyen pour créer leur propre emploi¹⁴.

Au Maroc, des programmes sont mis en place afin d'aider et d'accompagner les jeunes diplômés, hommes et femmes, à la création et au développement des entreprises comme le programme «moukawalati» (mon entreprise). De tels programmes constituent une opportunité pour beaucoup de diplômés marocains au chômage, notamment les femmes qui sont les plus touchées par ce fléau, afin de créer leur propre emploi. Ils visent à les soutenir lors du démarrage et les accompagner pendant l'année qui suit celui-ci (Boussetta, 2013).

2. Les facteurs liés à son contexte familial

Dans la catégorie **des facteurs liés au contexte familial de l'entrepreneure**, le soutien du conjoint a une influence positive sur l'activité de l'ensemble des femmes. Ainsi, du fait de la flexibilité des horaires de travail, les responsabilités familiales favoriseront la création d'entreprises. Toutefois, le rôle de l'exemple entrepreneur joue un rôle partiel sur la décision d'entreprendre. Ces résultats rejoignent l'approche contextuelle qui stipule que la décision de la création d'une entreprise ne dépend pas seulement des caractéristiques individuelles, mais également, sur les facteurs environnementaux (entourage familial). Dans le même ordre d'idées, ces résultats

¹⁴ Les données de l'enquête nationale sur l'emploi (2013) montrent que les actifs diplômés sont très touchés par le chômage. Les femmes sont touchées plus que les hommes : 20,6% pour les femmes et 11,5% pour les hommes. (Haut-Commissariat au Plan, 2014).

convergent avec les conclusions de l'étude empirique de Retno Hapsari et Soeditaningrum (2018).

2.1. Le soutien du conjoint

Le soutien de la famille provient principalement du conjoint. Par conséquent, **le soutien du conjoint** est largement souligné par toutes les femmes entrepreneures interviewées. En effet, le soutien financier, professionnel et affectif du conjoint semble être recherché et apprécié par les femmes interviewées. Le mari est un maillon important pour elles en particulier en phase de démarrage. Celui-ci possède un véritable pouvoir de décision sur l'investissement du capital initial, souvent constitué des économies du couple ou de la famille. Les femmes interviewées mariées confirment ce constat et précisent que le soutien, voir l'accord de leur conjoint est essentiel dans la concrétisation de leur projet. Par conséquent, bon nombre de femmes créent leur entreprise avec leur conjoint et aucune sans le soutien et l'accord de celui-ci.

En effet, la littérature (Gundry et Welsch, 1994; Kirkwood, 2009 ; Le Loarne-Lemaire, 2013 ; Aït-Errays et Tourabi, 2018) insiste largement sur l'importance du soutien du conjoint dans la réussite de l'entrepreneur. Son rôle positif dans l'entrepreneuriat féminin dans toute démarche entrepreneuriale est largement souligné (Winkler et Ireland, 2009). Daviddson et Honig (2003) indiquent que le conjoint peut être un levier ou un frein à la décision de créer une entreprise. Bon nombre de recherches (Ezzedeen et Ritchey, 2008; Lebègue, 2011 ; Le Loarne et collab., 2012) vont dans ce sens. Kirkwood, (2009) dans son étude qualitative, en Nouvelle-Zélande, propose une typologie de soutien, allant du cofondateur de l'entreprise au conjoint non supporteur. L'étude de Le Loarne-Lemaire (2013) auprès des femmes entrepreneures scandinaves et de leurs conjoints montre que les femmes apportent un soutien important à leur conjoint, par contre, ce n'est pas toujours le cas pour les femmes. L'auteure souligne que le soutien du conjoint joue un rôle primordial en termes de réduction du stress chez l'entrepreneur et du renforcement de sa confiance, qu'il soit homme ou femme. Elle ajoute que ce soutien n'est bénéfique pour la femme que s'il est inconditionnel et que : *« son conjoint partage sa vision des places respectives de l'homme et de la femme dans*

la société et, plus précisément, dans la famille. Lorsque la femme entrepreneure ne perçoit pas le soutien de son conjoint, soit la démarche entrepreneuriale échoue, soit le couple se sépare » (p.111). Il en va de même, dans l'étude de Constantinidis et collab., (2017) sur les femmes marocaines qui conclut que le soutien du conjoint est indispensable pour la création et le développement de l'activité entrepreneuriale.

2.2. L'exemple-entrepreneur

L'existence *d'un exemple-entrepreneur* dans l'entourage des femmes entrepreneures peut jouer un effet significatif sur la décision de création d'entreprise par les femmes que nous avons pu interviewer. Ce rôle est attesté dans la littérature par un bon nombre d'auteurs : Cooper, 1976; Global Entrepreneurship Monitor, 2004. Par conséquent, la présence d'un entrepreneur dans l'entourage d'un individu s'avère être un facteur important dans la stimulation de l'entrepreneuriat. Cela semble être le cas des femmes entrepreneures ayant participé à notre étude à l'exception de quatre femmes qui ont été à l'origine de la création de leur entreprise.

L'étude l'OCDE (2014) confirme ce constat chez les femmes marocaines (mais aussi d'autres femmes de la région MENA) qui manquent de confiance en leurs capacités à démarrer et gérer une entreprise et qui ont peur de prendre ce risque. Le fait qu'un entrepreneur proche, une femme en particulier, soit présent dans l'entourage de ces femmes pourrait stimuler davantage leur culture entrepreneuriale.

2.3. Les responsabilités familiales

Les responsabilités familiales sont un facteur qui influence considérablement l'activité des femmes entrepreneures. Nos résultats indiquent que la décision des femmes interviewées à s'engager dans une activité entrepreneuriale a un lien direct avec leur situation familiale, et soulignent que le statut d'entrepreneure facilite l'organisation de leurs responsabilités familiales une fois qu'elles ont commencé à pratiquer réellement. Du fait de la flexibilité horaire que leur offre ce statut, est devenue par après, un avantage très apprécié par l'ensemble des femmes ; car elles ont pu mieux concilier

leurs responsabilités familiales et leurs responsabilités professionnelles. Ce qui leur a permis d'exercer leurs professions sans grandes difficultés. De même, grâce à cet aménagement horaire, elles ont plus de temps à consacrer pour développer leur activité.

Toutefois, plusieurs entrepreneures ne parviennent pas toujours à concilier entre la vie privée et la vie professionnelle (Jennings et Mc Dougald, 2007). Cela pourrait être une source de stress si l'entrepreneur, en particulier la femme, ne parvient pas à obtenir le soutien de ses proches, en particulier son conjoint (Eddleston et Powell, 2012).

Selon l'approche basée sur la situation familiale, les femmes prennent leurs décisions professionnelles selon leurs considérations familiales (Cadieux et collab., 2002). Ainsi, plusieurs auteurs (Carter et collab., 2003) indiquent que le désir de trouver un équilibre entre travail et famille apparaît comme un élément qui favorise la décision d'entreprendre. La plupart des études sur l'entrepreneuriat féminin indiquent l'importance de la situation personnelle et familiale des femmes entrepreneures comme un facteur primordial dans leur choix professionnel (Le Loarne-Lemaire, 2013). Ce facteur a été retenu dans plusieurs modèles de l'entrepreneuriat féminin, à titre d'exemple, le modèle de Bowen et Hisrich (1986) qui considère le statut marital, le nombre d'enfants, le style de vie parmi les facteurs influents dans l'activité entrepreneuriale des femmes. Ascher (2012) évoque également le lien entre devenir entrepreneur et la situation familiale des femmes. Il considère que les responsabilités des femmes sont une composante principale dans le modèle de l'entrepreneuriat féminin. Selon cet auteur, les responsabilités familiales sont la principale raison qui explique l'engagement élevé des femmes dans les activités entrepreneuriales.

§2. Les facteurs liés aux institutions et aux relations professionnelles

Dans la littérature, l'importance des *facteurs liés aux institutions et aux relations professionnels* sur les créateurs d'entreprises est retenue dans beaucoup de travaux sur l'entrepreneuriat. Lacasse (1990) considère l'accessibilité à un ensemble de ressources comme la principale composante en entrepreneuriat, comme, par exemple, l'accès aux marchés, au capital-risque, aux aides de l'Etat et au soutien des structures d'accompagnement.

A ce sujet, nos résultats révèlent que les réseaux professionnels, la relation avec l'administration, avec les clients et avec les salariés favorisent l'activité entrepreneuriale des femmes interviewées. Par contre, les structures d'accompagnement et les institutions financières jouent un rôle partiel.

1. Les facteurs liés aux institutions

Dans la littérature, le rapport de la Banque Mondiale (2008) a mis en valeur l'aide que peut apporter les différentes institutions (financières, administratives...) liés à l'entrepreneuriat, montrant qu'elle va probablement engendrer plus de nouvelles entreprises féminines.

1.1. L'administration

Dans sa dernière étude Glidja (2019, p. 43) signale « *plusieurs mécanismes et outils d'aide à l'entrepreneuriat, ont vu le jour actuellement. On se réfère à l'appui financier (dons, subventions, crédits, primes d'aménagement), la réglementation (garanties, guichet unique, assouplissement des procédures administratives), l'action à vocation sociale (exonération des charges fiscales), l'action fiscale (dégrèvement, exonération fiscale) ou l'incubation (construction d'entreprises publiques, de pôles technologiques et de centres d'incubation), etc* ».

Néanmoins, nos résultats indiquent que la qualité des services rendus par *l'administration* marocaine aux porteurs de projet est très médiocre.

La complexité et la lenteur des formalités administratives constituent un obstacle indéniable pour les entrepreneures de notre échantillon. Les femmes interrogées reprochent, notamment, à l'administration sa stagnation, « son imperméabilité au changement » (Ben Osman, 2004). Notre résultat va dans le même sens que celui de Tahir- Metaiche et Bendiabdellah (2016), qui ont confirmé que plus de deux tiers de leur échantillon déclarent n'avoir perçu aucune aide d'un quelconque organisme public.

Selon Sidaji (2009), le problème essentiel auquel doit faire face le système marocain est celui de la communication et de l'organisation administrative. La hiérarchisation, la stratification, la centralisation ne peuvent permettre à l'administration marocaine de s'ouvrir vers ce milieu et de s'adapter à cet environnement (Kettouch, 2001).

En effet, selon Binkkour et Messaoudi (2012), l'Etat marocain a pris des mesures pour promouvoir la création des entreprises, notamment, à travers la création des centres régionaux d'investissement, qui disposent d'un guichet unique. Il a pour objectif d'accomplir les démarches pour recueillir auprès des administrations compétentes les documents ou attestations nécessaires à la création d'une société, au lieu de suivre la voie normale¹⁵.

En résumé, la relation avec l'administration défavorise l'activité des femmes entrepreneures de notre échantillon.

¹⁵ Selon Salman et collab., (2016, p. 280) « Il faut 6 démarches ou procédures pour enregistrer une entreprise. La durée est de 12 jours par procédure. Ainsi, 72 jours sont nécessaires pour lancer une entreprise ».

1.2. Les structures d'accompagnement

Pour ce qui est de l'aide *des structures d'accompagnement*, selon Lebègue (2015), l'accompagnement des entrepreneurs augmente significativement les chances de succès des entreprises créées. Selon elle, le concept d'accompagnement est utilisé pour désigner « *l'ensemble des pratiques conduisant à la double réalisation notamment concrétisation d'un projet fiable et viable et la réalisation de soi du créateur au sein d'un environnement de plus en plus contraignant* » (Soro, 2018, p.46). Toutefois, les femmes chefs d'entreprises de notre échantillon n'ont bénéficié d'aucune aide de la part des structures de soutien gouvernementales à l'exception d'une seule femme.

Nos résultats vont dans le même sens des études de Brush, 1992 ; De Bruin Brush et Welter, 2007 Wilson *et collab.*, 2007 ; Jennings et Brush 2013. Ces études insistent sur le fait que les femmes bénéficient d'un environnement entrepreneurial moins favorable. Néanmoins, nous remarquons, en effet, une multiplication des structures de soutien tant au niveau central qu'au niveau local : l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences, les Chambres de Commerce, Agence Nationale des PME, l'Agence Urbaine d'Investissement, etc. Cette situation entraîne une mauvaise coordination, voire parfois son absence, entre les différents services. Par ailleurs, nos résultats indiquent que les services d'appui adoptent une approche faiblement dynamique en matière de soutien aux entreprises et à l'investissement privé.

En résumé, les structures d'appui destinées à fournir de l'aide aux créatrices d'entreprises, en termes d'accompagnement et de suivi ont un apport très limité, voire insignifiant sur l'activité entrepreneuriale d'une grande partie des femmes interviewées que ce soit en phase de démarrage, de pratique ou de développement.

Dans la littérature, de plus en plus d'études mettent en évidence l'importance des structures de soutien sur l'entrepreneuriat féminin. Lebègue (2010) par exemple, souligne que les femmes entrepreneures qui participent au programme de soutien ont des avis mitigés sur leur expérience. L'auteure signale l'existence d'un écart entre les

attentes des créatrices potentielles et les services offerts par les structures d'accompagnement ; ce qui confirme le témoignage d'une femme de notre échantillon.

1.3. Les institutions financières

En ce qui concerne les *institutions financières*, elles ont un apport faible et limité sur l'activité entrepreneuriale des femmes entrepreneures interviewées.

Les entreprises créées par les femmes entrepreneures interviewées sont avant tout autofinancées lors du démarrage, car ces femmes seraient réticentes à contracter un crédit bancaire pour financer le lancement et le développement de leur activité. Cette tendance des femmes vis-à-vis des banques a été souvent relevée (Hisrich et Brush, 1984). L'attitude des femmes vis-à-vis du financement bancaire résulte soit d'expériences négatives vécues dans le passé, de la réputation des institutions financières (procédure complexes, taux élevés ...), d'un manque de confiance vis-à-vis des banques ou tout simplement l'absence des garanties exigées. D'autant plus que le tissu bancaire marocain n'est pas assez développé pour accompagner les petits projets. Ils ont tendance à travailler avec les grandes sociétés et ne sont pas disposés à évaluer les risques bancaires d'une petite entreprise (Alaoui et Boulahbach, 2014).

S'ajoute à cela que, dans le cas des femmes interviewées, la contrainte financière n'est pas très forte comparativement à d'autres pays comme la Tunisie, la Jordanie ou le Liban (Saleh, 2011) puisque les femmes entrepreneures disposent pour la plupart et préalablement de fonds propres nécessaires au démarrage de leur activité (mari, famille, ami...)

Dans la littérature (Bruderl, Preisendorfer et Ziegler, 1998), le financement est considéré comme un facteur primordial dans la promotion de l'entrepreneuriat, notamment le capital au démarrage, qui est l'un des facteurs clés de la réussite d'un projet. Il l'est davantage pour l'entrepreneuriat féminin comme l'indique Ascher (2012) dans son modèle entrepreneurial.

En effet, le financement bancaire est peu sollicité par les femmes à part dans des cas très rares (Carrier et collab., 2006). Les femmes peuvent anticiper certains risques qu'elles ne sont pas prêtes à prendre, alors, elles adoptent un comportement d'auto-sanction vis-à-vis du financement bancaire (Hisrich et Brush, 1984). Néanmoins, le financement externe devient indispensable pour beaucoup d'entreprises lorsqu'elles atteignent un certain degré de maturité en termes de développement de leur activité (Bhattacharya et Londhe, 2014).

2. Les facteurs liés aux relations professionnelles

Les facteurs relevés dans ce palier jouent un rôle primordial dans la création et le développement des entreprises féminines. Nous recensons les réseaux d'affaires, la relation avec les salariés et la relation clientèle.

2.1. Les réseaux d'affaires

Le rôle et l'utilité *des réseaux d'affaires ou les réseaux professionnels* ont été démontré largement dans la littérature (Carrier, 2006 ; McClelland et collab., 2005 ; Geindre, 2013; Baron et Markmann, 2003). Dans le même sens, Lerner et collab., (1997) ont mis l'accent sur l'importance de l'affiliation à des réseaux, en particulier à des réseaux féminins, l'utilisation de consultants et l'existence de mentors dans la performance des femmes entrepreneures.

En effet, être membre d'un réseau permet d'accéder à de nouvelles perspectives, partager des expériences, échanger avec d'autres membres. Lerner et collab., (1997) ont conclu que les femmes qui choisissent de s'impliquer dans un réseau arrivent à développer des liens très forts qui deviendront très utiles pour leurs entreprises. Nos résultats corroborent ces constats.

Néanmoins, Constantinidis et collab., (2017) signalent, dans leur étude que les femmes entrepreneures marocaines sont moins nombreuses dans les réseaux d'affaires. Elles préfèrent bâtir leurs réseaux d'affaire à partir de leurs contacts personnels et familiaux.

2.2. La relation avec les salariés

La relation avec les salariés s'implique sur l'activité des femmes entrepreneures de notre échantillon particulièrement au niveau du développement de leur entreprise. Cette relation dépend principalement de certaines règles mises en place afin de diminuer d'éventuelles tensions et conflits interpersonnels. Toutes les femmes entrepreneures interviewées ont tendance à opter pour des structures informelles de gestion. Elles se comportent en entreprise comme s'il s'agissait de leur famille en se souciant du bien-être de tout un chacun. Les femmes chefs d'entreprises de notre échantillon ont choisi la dimension relationnelle pour imposer leur respect auprès de leurs salariés, elles semblent adhérer parfaitement aux valeurs et principes de la culture collectiviste et communautaire.

En effet, dans la littérature, plusieurs études (Brush et collab., 2009; Jennings et Mc Dougald, 2007; Eddleston et Powell, 2012) indiquent que les femmes choisissent la dimension relationnelle pour gérer leur personnel. A cet égard, Bourgoin (1984, pp. 121-122) déclare : *« Dans une culture communautaire, les relations entre les employeurs et les employés vont ressembler à celles qui ont existé entre l'enfant et sa famille étendue. Elles se tisseront sur une base morale engendrant des obligations mutuelles : protection de l'employé par l'employeur et loyauté vis-à-vis de l'employeur de la part de l'employé »*. Ce qui, selon Kamdem (2001) engendre un certain nombre d'attitudes et de comportements en milieu professionnel. Dans ce sens, St-Pierre et collab., (2011) et Vier-Machado et Rouleau (2002) concluent que la représentation du succès pour certaines femmes entrepreneures est définie par rapport à la satisfaction des autres personnes, plus que par rapport à une conception de la personne isolée. Dans le même ordre d'idée, l'étude menée par Riebe (2005), auprès des dirigeantes américaines, irlandaises et finlandaises indique que ces femmes adoptent un style de management tourné vers la recherche de la flexibilité et de l'instauration d'un climat chaleureux et familial avec leurs salariés.

Nos résultats se contredisent avec l'étude de Bourquia (2010) et celle de El Amrani et Chebihi, 2003 qui mentionnent que le leadership le plus courant dans les

entreprises marocaines reste le style autoritaire et autocratique. La participation des salariés est limitée et leur avis est rarement demandé (El Amrani et Chebihi, 2003). Ce climat autoritaire peut créer, au sein de l'entreprise, une ambiance de tension, de méfiance et de crainte (Allali, 2008). Par conséquent, des salariés frustrés peuvent répliquer en adoptant des comportements et des pratiques négatifs et hautement nocifs à l'entreprise (Mezouar, 2002).

2.3. La relation avec les clients

De même, *la relation avec les clients* joue un rôle très important dans le développement de l'activité entrepreneuriale. A ce sujet, la littérature souligne l'importance des clients dans l'activité d'un entrepreneur. Gartner (1985) dans son modèle, considère que la disponibilité des clients et leur pouvoir de négociation ainsi que l'accès aux nouveaux marchés sont des facteurs environnementaux qui sont susceptibles d'exercer une influence sur l'activité entrepreneuriale d'un créateur. Dans la même veine, Shabbir et Di Gregorio (1996) identifient l'influence du système relationnel (influence des consommateurs par exemple) sur la décision des femmes à entreprendre.

De leur côté Constantinidis et collab., (2017) soulignent que les marocaines préfèrent entretenir des relations personnelles avec leurs clients (principe de confiance mutuelle), ces constats sont en parfaite adéquation avec nos résultats.

Conclusion

Notre travail avait comme objectif de comprendre comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise. A ce titre, nous nous sommes basés sur la théorie et le terrain pour identifier les propositions qui nous ont aidé à répondre à notre problématique et pour arriver à une meilleure compréhension de notre sujet. Nous sommes passés à l'action à travers une méthodologie bien déterminée.

Les spécificités principales mises en avant par les résultats de notre recherche sur un échantillon de 20 femmes entrepreneures marocaines de la région Fès-Meknès sont en lien avec leur réalité de femme, d'épouse et de mère. Concernant l'articulation des temps de vie, le désir de trouver un équilibre entre vie privée et vie professionnelle est très présent chez les femmes.

Les femmes entrepreneures de notre échantillon ont choisi d'entreprendre pour diverses raisons. Autrement dit, selon leur situation sociale, économique et familiale, la création de l'entreprise répond soit à un besoin, soit à un choix.

La tendance générale chez les femmes interviewées est leur dépendance à la famille. Ces femmes s'appuient énormément sur le soutien de la famille : le conjoint, les parents et d'autres proches pour le lancement de leur activité. Le conjoint en particulier est impliqué directement dans l'activité entrepreneuriale de sa femme. Les femmes entrepreneures de notre échantillon s'appuient également sur les conseils et les recommandations de l'exemple entrepreneur.

Néanmoins, les femmes entrepreneures de notre échantillon rencontrent de nombreuses difficultés. Les démarches administratives sont aussi une contrainte supplémentaire pour les femmes entrepreneures interviewées. Elles sollicitent peu l'aide des services d'appui aux entrepreneurs. Il arrive souvent que les femmes ne soient pas au courant de la disponibilité de ces structures ou qu'elles doivent être convaincues de l'importance de celles-ci. Ce qui explique leur recours principalement à l'aide de la famille et des amis.

Enfin, les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès interviewées mettent davantage l'accent sur la qualité des relations interpersonnelles avec leurs salariés et leurs clients. Ces femmes tentent de construire des relations stables et durables avec différentes parties prenantes. Leur objectif principal est l'apaisement afin de garantir le bon fonctionnement de leurs entreprises.

Conclusion générale

Arrivée au terme de cette thèse, il nous semble judicieux de revenir brièvement sur les éléments de réponse à nos questions de base qui nous ont animées tout au long de ce parcours pour terminer ensuite par quelques pistes de réflexions.

Le but de cette recherche était d'examiner et d'appréhender la situation des femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès en termes de facteurs qui favorisent la création et le développement de leur entreprise au moyen d'entretiens individuels.

1. Synthèse des résultats

Afin de mieux comprendre leur situation, nous nous sommes penchés dans un premier temps sur l'étude d'un ensemble d'articles et de travaux traitant l'entrepreneuriat féminin. Notre but était d'établir une idée plus précise sur le profil de cette catégorie professionnelle ainsi qu'un ensemble d'indicateurs le concernant à savoir ; les caractéristiques de leurs entreprises, leurs motivations et les difficultés rencontrées lors de la création de leurs entreprises.

Nous avons mobilisé un ensemble d'approches utilisées dans les études sur l'entrepreneuriat (l'approche individuelle et l'approche contextuelle), ainsi que la théorie institutionnelle. L'ensemble de ces approches nous a permis d'élaborer nos différentes propositions de recherches qui correspondent au contexte de notre étude.

A l'issue de notre analyse des données récoltées sur le terrain, un ensemble de résultats ont pu être dégagés. Globalement, notre étude nous a permis de constater l'existence d'une diversité de facteurs favorables au développement de l'entrepreneuriat féminin de la région Fès-Meknès.

Les témoignages des femmes nous informent que leur choix professionnel constitue une réponse économique : crise du salariat, ségrégation professionnelle, etc. Également, il forme une réponse sociale : équilibre au sein de la famille, émancipation et stabilité sociale, satisfaction et accomplissement personnel, etc. A travers ces choix,

les femmes accèdent à une identité sociale et à la représentation qui les accompagne ; à savoir une reconnaissance sociale et familiale.

En revanche, cela ne crée pas vraiment un véritable bouleversement dans les rapports sociaux de genre. Par conséquent, les femmes interviewées inscrivent leur choix entrepreneurial dans un parcours extrêmement lié à leurs vies personnelles et familiales.

Globalement, la diversité des types d'entreprises (confection, école, construction...) nous a permis d'examiner la spécificité du phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans la région. Si ces femmes ne sont pas représentatives de la population féminine dans sa totalité, elles expriment au moins des modèles sociaux et professionnels de plus en plus visibles.

Nous soulignons la capacité des femmes entrepreneures rencontrées, dans ce contexte contraignant, à réussir leur projet entrepreneurial et leurs parcours. Ce travail nous a permis d'analyser les articulations entre la vie familiale et la vie professionnelle de ces femmes, en se basant sur leurs profils sociaux et sur les stratégies déployées pour concilier leurs différentes responsabilités. Leur modèle est intéressant vu la diversité de leur situation familiale et professionnelle.

2. Implications de la recherche

Nos implications sont d'ordre théorique, méthodologique et pratique :

- Implications théoriques

Dans ce travail, l'entrepreneuriat féminin dans la région Fès-Meknès est appréhendé à partir d'un ensemble de propositions de recherche représentant quatre groupes de facteurs qui ont été retenus dans notre recherche. Le premier groupe concerne les facteurs liés à l'entrepreneure susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines de notre échantillon. Ce groupe contient les motivations, l'expérience ainsi que le parcours scolaire. Le deuxième

groupe est celui des facteurs liés au contexte familial qui comprend le soutien du conjoint, le rôle d'un exemple d'entrepreneur ainsi que les responsabilités familiales. Le troisième groupe inclut les facteurs liés aux institutions qui est constitué de la relation avec l'administration, le rôle des services d'accompagnement et les institutions financières. Le dernier groupe reprend les facteurs liés aux relations professionnels. Il concerne les réseaux professionnels, la relation avec les salariés et la relation clientèle.

L'apport théorique de ce travail peut s'apprécier, tout d'abord, par l'élaboration d'un modèle de recherche spécifique au contexte de la région Fès-Meknès, intégratif des facteurs qui constituent des leviers pour les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès.

Le cadre d'analyse proposé s'inscrit dans un double objectif. D'une part, il s'agit d'identifier les facteurs qui sont favorables à la création et au développement des entreprises féminines. D'autre part, de voir comment ces facteurs favorisent cette activité. Le traitement de cette étude s'effectue sur deux niveaux d'analyse qui caractérisent deux grandes approches utilisées dans notre étude :

- L'approche individuelle et contextuelle qui forment l'approche multidimensionnelle qui prend en compte à la fois l'influence des facteurs personnels (motivations, expérience et parcours scolaire) et les facteurs environnementaux (familiaux, et professionnels) sur la création et le développement des entreprises féminines ;
- La théorie institutionnelle : dans le but de comprendre comment et dans quelles conditions évoluent les femmes entrepreneures en tenant compte des institutions, à titre d'exemple les institutions financières.

Il s'avère que d'après les résultats obtenus, le volet empirique de notre recherche a apporté une réponse au volet théorique dans la mesure où près de la majorité de nos résultats était en corroboration avec la théorie.

Ainsi, parmi les résultats de ce travail, il convient de noter que pour appréhender l'entrepreneuriat féminin dans la région, nous pensons qu'il ne faut pas succomber à

des modèles importés mais privilégier plutôt les approches contingentes qui considèrent les spécificités et les particularités propres à chaque contexte.

Enfin, notre étude a porté sur les différents types d'entreprises féminines car elle avait un but exploratoire et compréhensif.

A notre connaissance, il n'y avait pas d'études scientifiques qualitatives, portant sur le profil des femmes chefs d'entreprises de la région Fès-Meknès. Cette recherche constitue une continuité des études antécédentes et pourrait servir d'exemple à des études identiques effectuées dans d'autres régions. Cette recherche a permis d'explorer en profondeur les facteurs qui favorisent l'entrepreneuriat féminin dans la région via des interviews effectuées auprès de 20 femmes entrepreneures. Elles nous ont autorisé à synthétiser les facteurs qui favorisent l'activité entrepreneuriale des femmes de la région.

- Implications méthodologiques

Les apports méthodologiques de notre étude concernent également la particularité du terrain d'investigation : les femmes entrepreneures. Cette recherche vise à réduire le manque d'information autour de cette catégorie professionnelle. En effet, bien que l'entrepreneuriat représente une alternative pour construire une carrière professionnelle, il est étonnant de constater que l'entrepreneur féminin n'attire pas l'attention des chercheurs marocains alors qu'il peut représenter un réel objet d'étude et une mobilisation scientifique. D'où notre intérêt pour cette population en particulier : les femmes entrepreneures.

De plus, nous avons eu recours à différents types d'entreprises. De ce fait, nous avons confronté nos propositions de recherche à une population diversifiée, qui a des caractéristiques différentes. Dans ce sens, la méthodologie adoptée dite qualitative nous a permis d'avoir une analyse en profondeur pour éviter les généralisations.

- Implications pratiques/managériales

A l'instar de cette recherche, les apports pratiques/managériaux qui émergent, concernent plusieurs niveaux. Notre recherche montre que les facteurs liés à l'entrepreneure, à son contexte familial et aux relations professionnelles sont des leviers pour les femmes de la région Fès-Meknès. Néanmoins, les facteurs liés aux institutions constituent un désavantage que ce soit pour la création ou pour le développement des entreprises féminines.

Plusieurs structures dédiées à l'encouragement et le soutien à l'entrepreneuriat sont apparues au Maroc. Par exemple, le Réseau GENIE Maroc et l'association Start-up Maroc, qui organisent régulièrement des compétitions d'entrepreneurs en partenariat avec des organisations nationales et internationales de renommée. Ces organisations s'adressent principalement aux jeunes étudiants comme futurs entrepreneurs.

Nous soulignons également l'installation de plus en plus d'incubateurs et d'accélérateurs pour accompagner les jeunes porteurs de projets. Néanmoins, la mise en place de ces outils ne pourra engendrer des résultats que si l'Etat, l'économie et la société marocaine effectuent une véritable révolution culturelle pour incorporer l'entrepreneuriat non seulement dans les discours mais dans les actes.

Par ailleurs, ce dynamisme entrepreneurial, observé récemment au Maroc, doit être accompagné par des mesures d'encouragement et d'aide concrètes de la part des responsables marocains. Il est clair que l'intégration des femmes dans le processus de création de valeur et d'emploi, précisément à travers l'entrepreneuriat, constitue un levier majeur de succès. A ce niveau, il s'agit de commencer par des actions concrètes et pratiques qui consistent à mettre en valeur les expériences réussies d'entrepreneuriat féminin au travers de prix et de récompenses, tout en assurant la communication autour de ces événements.

L'entrepreneuriat est aussi une question d'éducation. Les programmes scolaires sont appelés à mettre en avant l'importance de la créativité et de l'innovation

notamment auprès des étudiantes qui manquent de confiance en leurs capacités. Elles pourront constituer d'éventuelles entrepreneures dans le futur.

Des rapports montrent que des pays, qui ont réussi la consolidation de l'entrepreneuriat, ont mené des politiques qui visent des catégories cibles de populations (OCDE, 2014). Il s'agit de mettre en place des programmes personnalisés qui facilitent la création d'entreprises pour les femmes, les jeunes, les chercheurs d'emploi, etc. Pour ce qui nous concerne, une attention particulière doit être accordée à l'accompagnement des femmes dans la création des entreprises afin de leur fournir l'appui et l'expertise nécessaire. Le rôle que jouent certaines associations féminines de promotion de l'entrepreneuriat doit ainsi être renforcé. Des plateformes d'expertise, communautaires ou institutionnelles qui impliquent les femmes doivent voir le jour pour rendre l'information et l'expertise accessibles. A l'instar de ces associations, il y a l'association des femmes entrepreneures marocaines (AFEM). Celle-ci est très active dans le domaine d'accompagnement et de soutien des porteurs de projets féminins en créant des incubateurs dans plusieurs villes marocaines Casablanca, Rabat, Tanger, Meknès, Fès, Tétouan et Marrakech. Ces incubateurs offrent l'hébergement et l'accompagnement à travers des coachings et des formations aux femmes entrepreneures. Par conséquent, cette association peut faire du lobbying auprès des politiques pour améliorer la situation des femmes entrepreneures.

Le volet du financement constitue un sujet récurrent et épineux. Une fois la décision de la création d'entreprises prise, le challenge pour les entrepreneurs traditionnels mais aussi solidaires est de financer leurs projets. Les femmes, en particulier, font face à des difficultés importantes en termes de financement. Les entrepreneures souffrent de la faiblesse des sources de financement devant un secteur bancaire qui reste méfiant vis-à-vis d'elles. Elles manquent souvent de garanties et les idées ne suffisent pas pour servir de garantie. Les autres sources de financement sont rares. Les fonds dédiés au capital amorçage sont peu significatifs. Quant au financement, il souffre de la lourdeur et de la complexité des procédures administratives qui deviennent une problématique sérieuse pour les entrepreneures ayant besoin de

financement. Tous les programmes de financement de la création d'entreprises ont presque échoué, le dernier en date est le programme Moukawalati (mon entreprise) qui a été décevant pour les entreprises et pour les bailleurs de fonds (Boussetta, 2013). Ou encore le fonds «Ilayki» (pour toi) que la Caisse centrale de garantie a accordé aux femmes entrepreneures, qui garantit jusqu'à 90% de leurs besoins financiers, mais il n'est pas souvent utilisé parce qu'il faudrait d'abord que les banques accordent ces financements.

Enfin, soulignons que ces recommandations sont loin d'être exhaustives. Nous les avons retenues en raison de l'importance des enjeux qu'elles soulèvent et du lien étroit avec nos résultats.

3. Limites de l'étude

Notre étude présente certaines limites. Premièrement, l'étude s'intéresse uniquement aux femmes entrepreneures du secteur formel. Cependant, il ne s'agit que d'une certaine partie de la main-d'œuvre féminine, puisque le secteur informel est très important au Maroc, particulièrement pour la population féminine¹⁶. Des recherches ultérieures seraient très utiles pour étudier leur situation et proposer des mesures appropriées.

Deuxièmement, le fait que les interviews se soient déroulées en deux langues différentes (arabe et français) ont constitué un biais majeur de cette recherche.

Troisièmement, la période où les enquêtes ont été effectuées était submergée par l'avènement de la crise sanitaire du Corona virus Covid-19, contrainte qui a réduit les déplacements vers d'autres villes de la région.

¹⁶ La part des femmes dans l'emploi du secteur informel est environ 30%, et la part des unités de production informelle dirigées par des femmes est estimée à 20.3%, selon le dernier rapport du Haut-Commissariat au Plan sur le secteur informel au Maroc, publié en 2009, <http://www.hcp.ma/downloads/Secteurinformelt11887.html>

Enfin, les résultats obtenus ne peuvent évidemment pas être considérés comme représentatifs de l'ensemble des entrepreneures. Néanmoins, la méthodologie adoptée, les entretiens semi-directifs, nous ont permis de comprendre et d'approfondir nos idées sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans la région. Par ailleurs, ce que nous perdons en pouvoir de généralisation est compensé par des gains en matière d'explications. Cependant, une étude quantitative sur le phénomène n'est pas à négliger.

4. Perspectives des futures recherches

Nous avons été confrontés, tout au long de notre recherche, à un manque considérable de données, de statistiques et de recherches pertinentes sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc en général et dans la région en particulier. Leur disponibilité aurait pu donner plus de solidité à certaines de nos observations et de nos propositions. Nous percevons donc des pistes de recherches complémentaires afin d'enrichir notre connaissance de ce phénomène. Ces recherches futures devraient permettre d'affiner certaines de nos analyses et de préciser la portée de notre problématique. Nous proposons ci-dessous quelques pistes pour de futures études.

D'après l'expérience des femmes entrepreneures interviewées, nous avons montré un exemple de la condition féminine active dans la région Fès-Meknès. L'activité entrepreneuriale est supposée permettre aux femmes plus de liberté de mouvement, plus de pouvoir au sein de leur famille et dans la société, ce qui est tout à fait le cas des femmes de notre étude. Des études approfondies sur les différentes carrières féminines (ouvrières, fonctionnaires, salariées ou cadres) pourront nous aider à mieux comparer et à affiner nos conclusions. De plus, ces études pourraient nous permettre d'obtenir une idée plus précise et approfondie de l'interaction entre le professionnel et le privé dans la vie des différentes catégories professionnelles féminines.

En général, les taux d'activité entrepreneuriale et de participation des femmes à la population active restent loin derrière ceux des hommes, malgré une amélioration notable de leur niveau d'instruction (OCDE, 2012). Effectuer davantage d'études sur

l'entrepreneuriat féminin dans la région permettra d'établir une typologie des femmes entrepreneures, ce qui pourrait aboutir à des comparaisons avec leurs homologues masculins afin de mesurer l'importance du phénomène sur le plan régional et même national. Ces études permettront aussi d'effectuer des comparaisons à l'échelle internationale dont nous pourrions nous servir afin de faire avancer la connaissance scientifique et académique sur l'entrepreneuriat féminin.

En résumé, l'apport général de cette recherche est d'avoir pu, d'un côté, identifier que parmi les facteurs retenus, certains encouragent la création et le développement des entreprises féminines dans la région Fès-Meknès et d'un autre côté, la manière avec laquelle ils favorisent ces activités.

Bibliographie

Abdesselam, R., Bonnet, J. & Le Pape, N. (2004). An explanation of the life span of new French firms. *Small Business Economics*, 23(3), 237-254.

Abdul Kadir, M.B., Salim M. & Kamarudin, H. (2012). The Relationship Between Educational Support And Entrepreneurial Intentions in Malaysian Higher Learning Institution. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 69, 2164-2173.

AFARD (Association des Femmes Africaines pour la Recherche et le Développement). (2007). Les perceptions et représentations des Africains et des Africaines de l'égalité hommes-femmes. Publication AFARD.

AFEM et CGEM (Association des Femmes Entrepreneures Marocaines et la Confédération Générale des Entreprises du Maroc). (2010). L'entrepreneuriat Féminin au Maroc: Bilan et Perspectives. Etude n°23, Septembre, Editeur : Association des Femmes Chefs d'Entreprises, Casablanca.

AFEM, (2015). Association des femmes chefs d'Entreprises du Maroc. Evaluation du vivier entrepreneurial au Maroc. Rapport des résultats. Avril 2015.

Ahl, H., & Nelson, T., (2010). Moving forward: institutional perspectives on gender and entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1), 5-9.

Ahl, H., Henry, C., & Foss, L., (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.

Ahl, H.J. & Marlow, S. (2012). Exploring the Dynamics of Gender, Feminism and Entrepreneurship: Advancing Debate to Escape a Dead End?. *Organization*, 19 (5), 543-562.

Ahl, H.J. (2002). The Making of the Female Entrepreneur - A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship. *JIBS (Jönköping International Business School)*. Dissertation Series No. 015, Printed by Parajett AB.

Ahuja, J. (2005). Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership Clearinghouse on entrepreneurship Education. Women's entrepreneurship in the United States. Retrieved Octobre 3, disponible sur : <http://www.celcee.edu/publications/digest/Dig05-02.html>

Aidis, R. (2005). Institutional Barriers to Small- and Medium-Sized Enterprise Operations in Transition Countries, *Small Business Economics*, 25(4), 305-317.

Aidis, R. W., Smallbone, D., & Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: The case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13, 157–183.

Aidis, R., S. Estrin et T. Mickiewicz (2008). "Institutions et développement de l'esprit d'entreprise en Russie : A Comparative Perspective", *Journal of Business Venturing* 23(6), 656- 672.

Aït-Errays, N., et Tourabi, A., (2018), Le rôle du support du mari et de l'empathie dans la formation des intentions entrepreneuriales prosociales des femmes marocaines mariée, *Revue Gestion et Organisation*, 10(1), 14-28.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4), 1-20.

Al-Alak, B. & Al-Haddad, F. (2010). Effect of Gender on the Success of Women Entrepreneurs in Jordan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1 (12), 42-62.

Alam, S.S, Mohd Jani, M.F. & Omar, N. A. (2011). An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3 (2), 166-175.

Alami-M'chichi, H., Benradi, M., Chakir, A., Mouaqit, M., Saadi, S. & Yaakoubd,A. (2003). Féminin-Masculin : La marche vers l'égalité au Maroc. Edition Diwan 3000, ImprimElite. Fès, Maroc.

Alaoui, M., & Boulahbach, Y. (2014). Le Rôle de la Confiance dans la Décision d'Octroi de Crédit Bancaire aux PME Marocaines: D'une Relation de Transaction à l'Approche Relationnelle. 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME 29, 30 et 31 Octobre, Agadir, Maroc.

Aldrich, H. (1989). Networking among Women Entrepreneurs. In *Women owned Businesses*. Ed G. Hagan, and D. Sexton, New York, Praeger, 103-32.

Aldrich, H., Rosen, B. & Woodward, W. (1987). The Impact of Social Networks on Business Founding and Profit: A Longitudinal Study, in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, *Babson College*, 154-168.

Aldrich, H.E. & Cliff, J.E. (2003). The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward a Family Embeddedness Perspective. *Journal of Business Venturing*, 18, 573-596.

Alexandre, L. (2014), Diversity as a motive for entrepreneurship? The case of gender, ethnicity and culture, *Journal of Innovation Economics and Management*, 14 (2), 157-175.

Alexandre, L. (2016), Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15 (3), 109-127.

Aliouat, B. & Nekka, H. (1999). Human Resource as competitive advantage in Small-size firm's strategy: Core competencies, training and management style. Proceedings of the ICSB 44 th world conference.

Allali, B. (2008). Culture et gestion au Maroc : une osmose atypique. Dans Eduardo Davel, Jean-Pierre Dupuis et Jean-François Chanlat (dir.), *Gestion en contexte interculturel : approches, problématiques, pratiques et plongées*, Québec, Presses de l'Université Laval et Télé-université (UQAM).

Allard-Poesi, F., Maréchal, G. 1999. Construction de l'objet de la recherche, en Méthodes de recherche en management. In Thietart, R.A., Dunod, A.I. 2007

Alstete, J.W. (2003). On Becoming an Entrepreneur: An Evolving Typology. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 8 (4), 222-234.

Amrhar, B. (2001). L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation, Cahier de recherche de la Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter.

Anderson, Alistair R., Dodd, S. & Jack, S., (2010). Network practices and entrepreneurial growth. *Scandinavian Journal of Management*, Elsevier, 26(2), 121-133.

Andreani, J., & Conchon, F., (2005). Les méthodes d'analyse et d'interprétation des études qualitatives, Congrès des tendances du marketing, 1-26. Disponible sur : <https://apprendre.auf.org/wp-content/opera/13-BF-References-et-biblio-RPT-2014/METHODES%20D%E2%80%99ANALYSE%20ET%20D%E2%80%99INTERPRETATION%20DES%20ETUDES%20QUALITATIVES ANDREANI CONCHON.pdf>

Anwar, M.U. & Rashid, A.G. (2011), Female Entrepreneurs – A Review of the Literature and Proposed Conceptual Framework, Proceedings of 2nd International Conference on Business Management.

Arasti. Z., (2008). L'Entrepreneuriat Féminin en Iran: Les Structures Socioculturelles, *Revue Libanaise de Gestion et d'Economie*, 1.

Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship-An Appropriate Response to Gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEM)*, 8 (4), 97- 114.

Ashforth, B.E. (2000). All in a Day's Work. *Academy of Management Review*, 25 (3), 472- 491.

Assad, D.R. (2006). Employment and Unemployment Dynamics. Paper prepared for the Egypt Labor Market Panel Survey Dissemination Conference. Cairo.

Audet, J., Couteret, P. & Avenet, G. (2004). Les Facteurs de Succès d'une Intervention de Coaching auprès d'Entrepreneur: Une Etude Exploratoire, 7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Montpellier.

Audretsch, D. (2003). Entrepreneurship: A Survey of the Literature. Enterprise Papers n°14, Enterprise Directorate-General European Commission.

Autio, E., et Z. J. Acs (2010). "Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations," *Strategic Entrepreneurship Journal* 4(4), 234-251.

Ayadurai, M. & Sohail, S. M. (2006). A Study of Women Entrepreneurs in a War-Torn Area: Case Study of Northeast Sri Lanka. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11 (1), 3-17.

Bagher Gorji, M. & Paria, R. (2011). The Study of Barriers to Entrepreneurship in Men and Women. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1 (9), 31-36.

Banque Mondiale & Société Financière Internationale (2007). The Environment for Women's Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region (Contexte de l'entrepreneuriat féminin dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord). Washington. Octobre.

Banque Mondiale (2008). Les Femmes Entrepreneuses au Moyen-Orient et en Afrique du Nord Défient les Attentes. [en ligne]. Disponible sur : <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/ACCUEILEXTN/PAYSEXTN/ME>

NAINFRENCHEXT/0,,contentMDK:21591855~menuPK:594478~pagePK:2865106~piPK:2865128~theSitePK:488784,00.html

Banque Mondiale, (2005). Doing Business: Creating Jobs. Washington, D.C.: World Bank Publications.

Banque Mondiale, (2012). Rapport Doing Business 2012 : Entreprendre dans un Monde plus Transparent, Comparaison des Réglementations qui s'appliquent aux Entreprises Locales dans 183 Économies, Publication Conjointe de la Banque Mondiale et de la Société financière internationale. Disponible sur : <https://francais.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/Foreign/DB12 French.pdf>

Banque Mondiale, (2019). Gendar data. <https://www.worldbank.org/en/data/datatopics/gender>

Banque mondiale. (2012). "Les femmes d'affaires et le droit : Removing Barriers to Economic Inclusion. Disponible sur : <http://wbl.worldbank.org>

Banque Mondiale. (2020). Indice Doing Business. Disponible sur : <https://francais.doingbusiness.org/fr/rankings>

Bardin L. (1991). L'Analyse du Contenu. (6ème Ed.). Paris. PUF.

Barkallil, N. (2005). Genre et Activités Economiques au Maroc, la Persistance de la Précarité dans l'Activité Féminine. Livre Blanc, Secrétariat d'État Chargé de la Famille, de l'Enfance et des Personnes Handicapées, Haut-Commissariat au Plan, Rabat.

Baron, R.A., & Markman, G.D. (2003). Beyond Social Capital: The Role of Entrepreneurs' Social Competence in Their Financial Success. *Journal of Business Venturing*, 18 (1), 41-60.

Baughn, C., Chua, B.L. & Neupert, K.E. (2006). The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: A Multicounty Study. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30 (6), 687-708.

Baumard P. & Ibert J. (2007). Quelles Approches avec Quelles Données. In Thiétart R.A., Méthodes de Recherche en Management, 3ème édition Dunod. Paris. Chapitre 4, 84-139.

Begley, T.M., Wee-Liang, T. Larasati, A.B., Rab, A., Zamora, E. & Nanayakkara, G. (1997). The Relationship between Sociocultural Dimensions and Interest in Starting a

Business: A Multicountry Study. In P.D. Reynolds et al. (Eds.), *Frontiers in Entrepreneurship Research*. Babson College, 156-167.

Belattaf, M., & Nasroun, N., (2013). Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise. *Management & Sciences Sociales*, n°14, 83-98.

Belcourt, M., Burke, J. & Lee-Gosselin, H. (1991). *Une Cage de Verre : Les Entrepreneures au Canada*, Conseil Consultatif Canadien sur la Situation de la Femme. Ottawa.

Belhaj, S., (2005). Travail autonome et développement local : vers de nouvelles formes de pratiques entrepreneuriales au Maroc Cas de la région de Tanger. 4ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat. Académie de l'Entrepreneuriat, Paris.

Ben Aissa H., (2001). Quelle méthodologie de recherche appropriée pour une construction de la recherche en gestion ?, Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Québec 13-14-15juin2001, Disponible sur : http://www.strategie-aims.com/events/conferences/13-xeme-conference-de-laims/communications/2442-quelle_methodologie-de-recherche-appropriee-pour-une-construction-dela-recherche-engestion/download

Ben Osman, Kh., (2004). Etude sur les secteurs prioritaires de réforme de l'administration publique au Maroc, Ecole Nationale d'Administration. Disponible sur : <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan016524.pdf>

Benazzi, K., Benazzi, L., (2016). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : réalité, freins et perspectives de réussite. *Revue Marocaine de Gestion et d'économie*, 3 (7), 146-162.

Benradi, M. (2006). Prospective « Maroc 2030 » Dynamique Sociale et Evolution des Statuts des Femmes au Maroc ». Editeur : Le Haut-Commissariat au Plan. Rabat, Décembre.

Benradi, M. (2012) Étude de cas sur le Maroc : Égalité des sexes et autonomisation des femmes dans l'administration publique. Programme des Nations Unies pour le Développement Bureau des politiques de développement.

Benzakour Chami, A. (1998), Femmes et Dynamiques Innovantes dans la Société Marocaine. *Edt le Fennec*. Casablanca, Maroc.

Berger-Douce, S., (2007). Les stratégies d'engagement sociétal des entrepreneurs. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 6(1), 53-71.

Berlson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York, Free Press.

Bhattacharya, S. & Londhe B.R. (2014). Micro Entrepreneurship: Sources of Finance & Related Constraints, *Procedia Economics and Finance*, 11, 775-783.

Bhola, R., Verheul, I., Thurik, R. & Grilo, I. (2006). Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs, *EIM Business and Policy Research*, H200610.

Bihas, A., Cherif, H., & Jammari, A. (1997). L'Entreprenariat Féminin au Maroc. *Revue Gestion et Société*. ISCAE. (26-27), 151-167.

Binkkour, M., & Messaoudi, A., (2012), La promotion de l'entrepreneuriat au Maroc : rôle de l'Etat et perception des entrepreneurs. *Business and Entrepreneurship in Africa* At: Quebec – Canada.

Bird, B.J. & Brush, C., (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 26 (3), 41-65.

Bird, B.J. (1992). The Operation of Intentions in Time: The Emergence of the New Venture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 11-20.

Blaxter L., Hughes C. et TIGHT M. (2006). "How to Research", 3rd.

Bledsoe, M. & Oatsvall, R.J. (2010). Entrepreneurship - Women's Business. *International Business & Economics Research Journal*. Special Edition, 9 (13), 47-55.

Boden, R.J., & Nucci, A.R. (2000). On the Survival Prospects of Men's and Women's New Business Ventures. *Journal of Business Venturing*, 15 (4), 347-362.

Bonnetier, C. (2005). Freins et Moteurs de l'Entreprenariat Féminin. Enquête Réalisée dans le Cadre d'un Projet Interrégional III-A, Cybernautes, Lorraine Conseil Régional.

Borges, C., Filion L.J. & Simard, G. (2008) processus de création de nouvelles entreprises : temps, difficultés, changements et performance. Cahier de recherche, n°06. Actes du 9e CIFEPME / Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Louvain, Belgique, 28-31 octobre 2008.

Borges, C., Simard, G., & Filion, L. (2005). Entreprendre au Québec, C'est Capital! Résultats de Recherches sur la Création d'Entreprises. Cahier de Recherche, Chaire d'Entreprenariat Rogers -J.-A.-Bombardier, HEC Montréal.

Bosma, N. & Levie, J. (2010). Global Entrepreneurship Monitor: 2009 Global Report. Babson College, Universidad del Desarrollo and Reykjavik University, Wellesley, USA.

Bouchikhi, H. (2014). Disruption on Steroids: Sea Change in the Worlds of Higher Education in General and Business Education in Particular, (J. Kimberly, H. Bouchikhi), *Journal of Leadership and Organization Studies*, Feb 2016, Vol. 23, Issue 1, p. 5-12.

Bourgoin, H. (1984). L'Afrique Malade du Management. Éditions Jean Picollec, France.

Boussetta, M. (2011). Entreprenariat Féminin au Maroc : Environnement et Contribution au Développement Economique et Social. ICBE-RF Research Report n° (10-11), Investment Climate and Business Environment Research Fund (ICBE-RF), Dakar, Juillet.

Boussetta, M.,(2013). Entreprenariat des Jeunes et Développement de l'Esprit d'Entreprise au Maroc : l'Expérience de Moukawalati. Rapport de Recherche du FR-CIEA N° 54/13.

Bowen, D.D. & Hisrich, R.D. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective », *Academy of management review*, 11 (2), 393-407.

Bowen, H.P. & De Clercq, D. (2008). Institutional Context and the Allocation of Entrepreneurial Effort , *Journal of International Business Studies*, 39, 747-767.

Brabet, J. (1988). Faut-il Encore Parler d'Approche Qualitative et d'Approche Quantitative ?. *Recherches et Applications en Marketing*, 3 (1), 75-89.

Bras, J.P., (2007). La Réforme du Code de la Famille au Maroc et en Algérie : Quelles Avancées pour la Démocratie ?. *Critique Internationale*, 4 (37), 93-125.

Brière, S., Auclair, I., Larivière, V. & Trambly, M. (2014). Emerging contextual Strategies to support Women Entrepreneurs in Africa: Looking beyond traditional and individual approaches, *Gender Work and Organization-GWO-8th biennial international interdisciplinary conference*, June, Keele University, UK.

Brindley, C. (2005). Barriers to Women Achieving their Entrepreneurial Potential: Women and Risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2), 144-161.

Brockhaus, R. & Nord, W. (1979). An Exploration of Factors Affecting the Entrepreneurial Decision: Personal Characteristic Vs. Environmental Conditions. *Proceedings of the Annual Meeting of the academy of management*, 364-368.

Brockhaus, R.H. (1982). The Psychology of the Entrepreneur, in : C.A. KENT, D.L. Sexton, K.H. Vesper (Eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 39-57.

Bruderl, J. & Preisendorfer, P. (1998). Network Support and the Success of Newly Founded Business. *Small Business Economics*, 10 (3), 213- 225.

Bruno, A. & Tyebjee, T. (1982). The Environment for Entrepreneurship. In *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Kent, Sexton et Vesper eds. Prentice-Hall. 288-307.

Brush, C. & Bird B.J. (1996). Leadership Vision of Successful Women Entrepreneurs : Dimensions and Characteristics. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Disponible sur : <http://www.babson.edu/entrepre/fer/papers96/summ96/brush.html>

Brush, C. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, and New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (4), 5-30.

Brush, C.G. (2006). *Growth-oriented Women Entrepreneurs and Their Businesses: A Global Research Perspective*. Edward Elgar Publishing.

Brush, C.G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A Gender-Aware Framework for Women's Entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 1(1), 8-24.

Bruton, G. D., D. Ahlstrom, & H.-L. Li (2010). "Institutional Theory and Entrepreneurship" : Where Are We Now and Where Do We Need to Move in the Future", *Entrepreneurship Theory and Practice* 34(3), 421-440.

Bryman, A., (2008), *Advances in Mixed Methods Research: Theories and Applications*, publié par Manfred Max Bergman.

Busenitz, L. W., & Lau, C.M.A. (1996). Cross-cultural Cognitive Model of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (4), 25-39.

Busenitz, L.W., Gomez, C. & Spencer, J.W. (2000), Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. *Academy of Management Journal*, 43 (5). 994-1003.

Buttner, E.H. & Moore, D.P. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self Reported Motivations and Correlates with Success. *Journal of Small Business Management*, 31(1), 34-46.

Cabrera, E., & Mauricio, D., (2017). Factors affectif the sucess of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65.

Cadieux, L, Lorrain, J. & Hugron, P. (2002). La Succession dans les Entreprises Familiales Dirigées par les Femmes : Une Problématique en Quête de Chercheurs. *Revue internationale P.M.E. : Economie et Gestion de la Petite et Moyenne Entreprise*, 15 (1), 115-130.

Campbell, J. L. (2004). Institutional Change and Globalization. Princeton, NJ: Princeton University Press

Cantú, C. M., Bobek, V., Skoko, H., & Macek, A., (2018). Cultural foundations of female entrepreneurship in Mexico: challenges and opportunities. *Nase gospodarstvo/Our economy*, 64(1), 28-40.

Cantzler, I. & Leijon, S. (2007). Team-Oriented Women Entrepreneurs: A Way to Modern Management. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14 (4), 732-746.

Carrier, C., Julien, P.A. & Menvielle, W. (2006). Un Regard Critique sur l'Entrepreneuriat Féminin : Une Synthèse des Etudes des 25 Dernières Années. *Revue Gestion*, 31(2), 36-50.

Carrington, C. (2004). Profil de Financement des Petites Entreprises : L'Entrepreneuriat au Féminin. Industrie Canada.

Carrington, C. (2006). Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19 (2), 83-106.

Carter, N.M., Williams, M., & Reynolds, P.D. (1997). Discontinuance among New Firms in Retail: The Influence of Initial Resources, Strategy, and Gender. *Journal of Business Venturing*, 12 (2), 125-145.

Carter, S., & Rosa, P. (1998). The financing of male- and female-owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10 (3), 225-241.

Carter, S., Anderson, S. & Shaw, E. (2003). Women's Business Ownership: A Review of Academic, Popular and Internet Literature, Report to Small Business Service, Department of Marketing, University of Strathclyde.

Cavada, M. C., Bobek, V., & Maček, A. (2017). Motivation factors for female entrepreneurship in Mexico. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(3), 133-148.

Centre Régional d'Investissement. (2018). Rapport CRI news Fès-Meknès. Dossier spécial. Edition 15.

CERED (Le Centre d'Etudes et de Recherches Démographiques), (2005). Situation Socio- Economique et Défis Démographique au Maroc. Haut-Commissariat au Plan, Rabat.

Chaganti, R. (1986). Management in Women-owned Enterprises. *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 19-29.

Chambre française de commerce et de l'industrie du Maroc. (2011). Note de conjoncture : La PME, moteur de l'économie marocaine. Maroc, Rabat. http://www.cfcim.org/wp-content/uploads/2018/02/Zoom_930_octobre2011.pdf

Chang, E. P., Memili, E., Chrisman, J. J., Kellermanns, F.W., & Chua, J. H. (2009). Family social capital, venture preparedness, and start-up decisions: A study of Hispanic entrepreneurs in New England. *Family Business Review*, 22(3), 279–292.

Chaoui, A. (1998). Genre et Promotion des Femmes : Promotion des Femmes et Condition de la Femme. *CERED*. Rabat, Maroc.

Charreire S. et Durieux F. (2003) : « Explorer et tester : deux voies pour la Recherche » in. Thietard R.A (édition), Méthodes de recherche en management, Dunod, Paris, 57-81.

Chasserio, S., Pailot, P., & Corinne, P., (2016). L'entrepreneuriat est-il genré ? *Regards croisés sur l'économie*, 2(19), 62-75.

Cliff, J.E. (1998), Does One Size fit all? Exploring the Relationship between Attitudes towards Growth, Gender. *Journal of Business Venturing*, 13 (6): 523-542

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), 37-52.

Conseil Economique, Social et Environnemental (2014). Promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la vie économique, sociale, culturelle et politique. "Les discriminations à l'égard des femmes dans la vie économique : réalités et recommandations". Rapport préparé par La Commission Permanente chargée des Affaires Sociales et de la Solidarité. Auto-Saisine n° 18. www.cese.ma

Constantinidis, C. (2010). Représentations sur le Genre et Réseaux d'Affaires chez les Femmes Entrepreneures. *Revue Française de Gestion*, n° 202, 127-143.

Constantinidis, C. (2014). Femmes entrepreneurs. *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. 1, 287-300.

Constantinidis, C., El Abboubi, M., Salman, N., & Cornet, A. (2017). L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions: analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc., *Revue internationale PME*, 30(3-4), 37-68. [En ligne], consulté le 03/11/2020. Disponible sur : <https://www.erudit.org/fr/revues/ipme/2017-v30-n3-4-ipme03334/1042660ar/>

Cooper A.C. (1976). Incubator Organizations and Other Influences on Entrepreneurship, in *Entrepreneurship and Enterprise Development: A Worldwide Perspective* (Proceedings of Project ISEED), Center for Venture Management, Milwaukee, 529-532.

Cooper, A.C., Folta, T., Gimeno-Gascon, F.J. & Woo, C.Y. (1992). Entrepreneurs, Process of Founding, and New Firm Performance. In D. Sexton et J. Kassandra (éd.), *The State of the Art in Entrepreneurship*, Boston (MA), PWS Kent Publishing Co.

Cornet, A. & Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au Féminin. Une Réalité Multiple et des Attentes Différenciées. *Revue Française de Gestion*, n° 151, 191-204.

Coughlin, J.H. & Thomas, R.E. (2002). *The Rise Women Entrepreneurs People, process, and global trends*. Westport: Quorum Books.

Crampton, S.M. & Mishra, J.M. (1999). Women in Management. *Public Personnel Management*, 28 (1), 87-107.

Daigneaut, P-M., & Pétry, F., (2017), *L'analyse textuelle: des idées, du discours et des pratiques*. Centre d'analyse des politiques publiques, PUL.

Daily, C.M., Trevis, C.S. & Dalton, D.R. (1999). Entrepreneurial Ventures as an Avenue to the Top?. Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc. 100. *Journal Development Entrepreneurship*, 4(1), 19-32.

Dargent, C.T. (2015). Les entrepreneurs par nécessité : d'une dichotomie simplificatrice à un continuum complexe : définitions et typologie des entrepreneurs par nécessité : étude de la dimension effectuale des processus de création par nécessité. Thèse de doctorat : Gestion et management. Université Grenoble Alpes.

David, A. (1999). Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion, Conférence de l'AIMS.

Davidson, M. J., Fielden, S. L. & Omar, A. (2010). Black, Asian and Minority Ethnic Female Business Owners: Discrimination and Social Support. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16, (1), 58-80.

Davidsson, P. & B. Honig. (2003). The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18 (3), 301-331.

Davis, P.J, Abdiyeva, F. (2012). En Route to a Typology of the Female Entrepreneur? Similarities and Differences Among Self-Employed Women. *Journal of Management Policy and Practice*, 13 (4), 121-137.

De Bruin, A., Brush, C. G. & Welter, F. (2007), Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 323- 339.

De Soto, H. (2000). Le mystère du capital : Pourquoi Le capitalisme triomphe en Occident et échoue partout ailleurs. New York : Basic Books.

De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S., (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32, 451–460.

Deakins, D., & Whittam, G. (2000). Business start-up: Theory, Practice and Policy. In S. Carter, & D. Jones-Evans (Eds.). *Enterprise and small business: Principles, practice and policy* (pp. 115–131). London: Financial Times Prentice-Hall.

Dechant, K., & Al-Lamky, A. (2005). Towards an Understanding of Arab Women Entrepreneurs in Bahrain and Oman. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10 (2), 123-140.

Delmar F. & Davidsson P. (2000). Where do They come from? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12, 1- 23

Depelteau, F., (2010). La démarche d'une recherche en sciences humaines : de la question de départ à la communication des résultats. Les Presses de l'Université Laval De Boeck Université. 7eme édition.

DeVault, M. (2004). Talking and Listening from Women's Standpoint : Feminist Strategies for Interviewing and Analysis (227-249). Dans S. N. Hesse-Biber et M. L. Yaiser (dir.), *Feminist Perspectives on Social Research*. New York et Oxford: Oxford University Press.

Dhaliwal, S. (1998). Silent Contributors: Asian Female Entrepreneurs and Women in Business. *Women's Studies International Forum*, 21(5), 463-474.

Diamane, M., & Koubaa, S., (2016). Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat. 2ème Colloque international sur L'entrepreneuriat et le développement des PME dans le monde. Disponible sur : <http://koubaasalah.com/les-approches-dominantes-de-la-recherche-en-entrepreneuriat/>

Diochon, M., Gasse, Y., Menzies, T.V., & Garand, D. (2001). From Conception to inception: Initial Findings from the Canadian Study on Entrepreneurial Emergence. Proceedings of the Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, May 27-29, 41-51.

Drucker-Godard C., Ehlinger S. & Grenier C. (1999). Validité et Fiabilité de la Recherche. In Thietart R.A. et collab., 1999, p. 257-275.

Dzisi, S. (2008). Entrepreneurial Activities of Indigenous African Women: A Case of Ghana. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 2 (3), 254- 264.

Dzisi, S. (2009). Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Ghana: A Study of Women Entrepreneurs in a Developing Economy. Saarbrücken, Germany: LAP Lambert Academic Publishing.

Ecuyer, R. (1990). Méthodologie de l'Analyse Développementale de Contenu. *Méthode GPS et concept de soi*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Eddleston K. & Powell G. (2012). Nurturing Entrepreneurs Work–Family Balance: A Gendered Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 513-541.

Edwards, J., & Rothbard, N. (2000). Mechanisms Linking Work and Family: Clarifying the Relationship Between Work and Family Constructs. *Academy of Management Review*, 25(1), 178–200.

Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., Jung, D., & Pearson, D. (2000). The Impact of Entrepreneurship Training Programs on an Individual's Entrepreneurial Self-efficacy. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson Conference Proceedings*. Disponible sur: www.babson.edu/entrep/fer

Eisenhardt K. M. (1989). Building Theories From Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14, 532-550.

El Amrani, J. & Chebihi, M.A. (2003). Culture et management au Maroc. *Repères et perspectives*, Rabat, n° 4, 87-107.

El kharraz, O., Nassimi, A., El kharraz, A., (2016), Les intentions entrepreneuriales chez les étudiants : cas de l'Université Abdelmalek Essaadi, *Revue Marocaine de Gestion et d'Economie*, 3(7), 126-145.

El Ouarat, L., & Arouch, M., (2015). Supporting entrepreneurship for young graduates in Morocco: Lessons from the past and prospects for future. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 13(4), 742–755.

Enhaili, A. (2006), Femmes, Développement Humain et Participation Politique au Maroc. Publié par le Centre GLORIA, Centre Interdisciplinaire, Herzliya, 1(1), Article 7 – Juillet.

Ezzedeen, S.R. & Ritchey, K. G. (2008). The Man behind the Woman: A Qualitative Study of the Spousal Support received and valued by Executive Women. *Journal of Family Issues*, 29(9), 1107-1135.

Fafchamps, M. & Minten, B. (1998). Returns to Social Network Capital among Traders. Disponible sur : http://www.complementarycurrency.org/ccLibrary/materials/social_network_capital_among_traders.pdf

Fairlie R. W. & Robb A. M. (2009). Gender Differences in Business Performance : Evidence of Characteristics of Business Owners Survey. *Small Business Economics*, 33 (4), 375-395.

Fallery, B. & Rodhain, F. (2007). Quatre Approches pour l'Analyse de Données Textuelles : Lexicale, Linguistique, Cognitive, Thématique. AIMS. XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique.

Farr-Wharton, R. & Brunetto, Y. (2007). Women Entrepreneurs, Opportunity Recognition and Government-Sponsored Business Networks: A Social Capital Perspective. *Women in Management Review*, 22(3), 187-207.

Fassin, E. (2006). Le Genre aux Etats-Unis et en France. *Agora, Débats/Jeunesse*, 41 (41), 12-21.

Fauré, Y.A. (1994). Petits entrepreneurs de Côte-d'Ivoire: Des professionnels en mal de développement, Paris, Karthala.

Fayolle, A. (1994). La Trajectoire de l'Ingénieur Entrepreneur. *Revue française de gestion*, Novembre-Décembre, n° 101.

Fayolle, A. (2003). Le Métier de Créateur d'Entreprise. Editions d'Organisation, Paris.

Fayolle, A. (2004). Entrepreneuriat: Apprendre à entreprendre, Dunod, Paris.

Ferreira Dos Santos, V., Morais, G-M., Ribeiro, F-F., et Jardim Pardini, D., (2019). Female Entrepreneurship: Evolution, Current Challenges, and Future Prospects. *International Journal of Business Administration*, 10 (5), 24-32.

Fielden, S. L. & Dawe, A. (2004). Entrepreneurship and Social Inclusion. *Women in Management Review*, 19 (3), 139-142.

Filion, L.J., L'Heureux, D., Kadji-Youleau C. & Bellavance F. (2002). L'Entrepreneuriat comme Carrière Potentielle : Comparaison entre des Etudiants d'Administration et d'Ingénierie. Conférence Annuelle du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat (CCPME), Halifax, 14-16 Juin.

Fonds Monétaire International, World Economic Outlook Database - Données pour l'année 2017.

Fonrouge, C. (2002), L'entrepreneur et son entreprise : une relation dialogique, *Revue française de gestion*, 28 (138), 145-158.

Fouquet, A. (2005). Les Femmes Chefs d'Entreprises, le cas Français. *Travail, Genre et Sociétés*, n° 13, 31-50.

Gagnon, Y-C., (2012). L'étude de cas : comme méthode de recherche, 2eme édition, Presses de l'Université du Québec.

Gartner, W.B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10 (4), 696-706.

Gatewood, E. J., Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G. & Hart, M. M. (2009). Diana: A Symbol of Women Entrepreneurs' Hunt for Knowledge, Money, and the Rewards of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32, 129-144.

Gavard-Perret, M-L., Gotteland, D., & Jolibert, A. (2009). *Méthodologie de la Recherche. Réussir son Mémoire ou sa Thèse en Sciences de Gestion*. Paris, Pearson Education France.

Geindre, S. (2013). Réseau Formel de Dirigeants, Capital Social et Convention d'Affaires. 8ème Congrès AEI 2013, Academie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, l'Ecosystème Entrepreneurial : Quels Enjeux pour l'Entrepreneur ?. 22/25 Octobre, Fribourg Suisse.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2005). Rapport Genre- Entrepreneuriat- Accès aux Marchés. La Banque Mondiale et la Société Financière Internationale (SFI) Résumé du Programme par pays : GEM-MAROC.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2010). Rapport Régional GEM-MOAN (Moyen- Orient et Afrique du Nord). Centre de Recherches pour le Développement International Avec la Contribution de l'Institut de Recherche sur la Politique Economique Palestinienne (MAS) Décembre. GEM, 2012 GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Disponible sur : <http://www.gemconsortium.org/docs/3106/gem-2013-global-report>

Giacomin, O., Guyot, J.L., Janssen, F., Lohest, O., (2007). Novice Creators: Personal Identity and Push Pull Dynamics. Working Paper for 52nd International Council for Small Business World Conference Proceedings. Turku (Finland): ICSB

Giacomin, O., Janssen, F., & Guyot, J.L. (2016). Entrepreneurs de nécessité et d'opportunité : quels comportements durant la phase de création ? , *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(15), 181-204.

Giacomin, O., Janssen, F., Guyot, J., Lohest, O., (2011). Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs. Germany: University Library of Munich.

Girod-Seville M., Perret V., (2003). Fondements épistémologiques de la recherche, in THIETART R.A. Méthodes de recherche en management, Dunod, p. 13-33. 2003.

Glaserfeld, V.E. (1988). Introduction à un Constructivisme Radical. In Watzlawick, P. (dir.) *L'invention de la réalité. Comment savons-nous ce que nous croyons savoir?*. Paris : Éditions du Seuil, 19-42.

Glenice, J. W., Davidson, M. (2011). A review of male and female Australian indigenous entrepreneurs: Disadvantaged past – promising future? *Gender in Management: An International Journal*, 26(4), 311 – 326.

Glidja, J. (2019). Les déterminants du succès de l'entrepreneuriat féminin au Bénin. *Gestion 2000*, 2(36), 39-59.

Global Gender Gap Report, (2012). By Hausmann, R., Tyson, L. D. & Zahidi, S., World Economic Forum.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2012.pdf

Gnyawali, D. R. & Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4). 43-62.

Goltz, S., Buche, M.W., & Pathank, S. (2015). 'Political Empowerment, Rule of Law, and Women's Entry into Entrepreneurship', *Journal of Small Business Management*, 53(3), 605-626.

Grawitz, M. 2001. Méthodes des Sciences Sociales, Paris, Dalloz.

Gray, K.R. & Finlez-Herve, J. (2005). Women and Entrepreneurship in Morocco: Debunking Stereotypes and Discerning Strategies. *International entrepreneurship and management journal*, 1 (2), 203-217.

Gray, R.K., Foster, H. & Howard, M. (2006). Motivation of Moroccans to be Entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11 (4), 297-318.

Greene, P. G., Brush, C. G., Hart, M. M., & Saporito, P. (2001). Patterns of Venture Capital Funding: Is gender a Factor?. *Venture Capital*, 3 (1), 63-83.

Grimmer, J., & Brandon M-S., (2013). Text as Data: The Promise and Pitfalls of Automatic Content Analysis Methods. *Political Analysis*, 21(3), 267-297.

Guiheux G (2006) The political "participation" of entrepreneurs: challenge or opportunity for the Chinese communist party? *Soc Res*, 73(1):219–246.

Gundry, L.K. & Welsch, H.P. (1994). The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women-Owned Enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 453-474.

Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(2), 397–417.

Gustafsson, V. (2004). *Entrepreneurial Decision-making, Individuals, Tasks and Cognitions*. Jönköping: Jönköping International business School.

Guth, W.D., Kumaraswamy A. & McErlean. M. (1991). Cognition, enactment and learning in the entrepreneurial process. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 242 - 253.

Guyot, J.L. & Lohest, O. (2007). Barrières à l'Entrepreneuriat et Primo-création d'Entreprise : Le Genre est-il une Variable Discriminante ?, n° 0802, Septembre.

Guyot, J.L. & Van Rompaey, B. (2002). *Entrepreneuriat et Création d'Entreprise : Revue de la Littérature et Etat de la Recherche*. Discussion Paper n° 0201, Service des Etudes et de la Statistique du Ministère de la Région Wallonne.

Hachelouf B., (1991). La Femme et le Développement au Maghreb. Une Approche Socio- Culturelle. *Afrika Focus*, 7 (4), 330-354.

Halabisky, D. (2018). Policy Brief on Women's Entrepreneurship. *International Trade Forum*, 4, 10-11.

Halkias, D., Nwajiuba, C., Harkiolakis, N. & Caracatsanis S. M. (2011). Challenges Facing Women Entrepreneurs in Nigeria. *Management Research Review*, 34 (2), 221-235.

Harrami, N. (2006). Le Pouvoir de la Femme et sa Représentation dans la Société Marocaine. *Grand Angulaire, AFKAR/IDEES*, 48-49.

Haut-Commissariat au Plan (2013). *Rapport Annuel : La Femme Marocaine en Chiffres, Tendances d'Evolution des Caractéristiques Démographiques et Socioprofessionnelles*, Direction des Statistiques Rabat, Maroc.

Haut-Commissariat au Plan. (2012). *Rapport Annuel : Activité, Emploi et Chômage. Résultats détaillés*, Direction de la Statistique, Maroc.

Haut-Commissariat au Plan. (2014). *Rapport Annuel : Activité, Emploi et Chômage, Résultats Détaillés*, Direction de la Statistique, Maroc.

Haut-Commissariat au Plan. (2018). *Enquête nationale sur l'emploi*, Direction de la Statistique, Maroc.

Haut-Commissariat au Plan. (2019). Enquête nationale auprès des entreprises. Maroc, Rabat.

Haut-Commissariat au Plan. (2019). Rapport Annuel : Activité, Emploi et Chômage. Résultats détaillés, Direction de la Statistique, Maroc.

Haut-Commissariat au Plan. (2021). Note d'information : Journée Internationale de la femme, Direction de la statistique, Maroc.

Havet. N. (2012). Les Bénéficiaires de la Validation des Acquis de l'Expérience, l'Exemple de la Région Rhône Alpes. Document de travail, groupe d'analyse et de théorie économique Lyon St Etienne, Mai. Disponible sur : <http://www.gate.cnrs.fr>

Hibbar, K. (2006). Les Compétences Clés de l'Entrepreneur Innovateur : L'Influence de l'Expérience Pré-entrepreneuriale, XIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique 13-14-15 juin, Quebec.

Hisrich, R. D. & Ozturk, S. A. (1999). Women Entrepreneurs in a Developing Economy, *The Journal of Management Development*, 18 (2), 114-120.

Hisrich, R.D. & Brush, C. (1984). The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*. 22 (1), 30-37.

Hisrich, R.D. & Peters, P. (2002). Entrepreneurship. 5th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Hisrich, R.D. & Zhang, F. (1991). Women Entrepreneurs in the Peoples Republic of China: An Exploratory Study. *Journal of Managerial Psychology*, 6 (1), 3-12.

Holmquist, C. et Sundin, S. (1988). Women as entrepreneurs in Sweden: Conclusion from a survey. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, (April) 643-653.

Hossain, N. & Eyben, R. (2009). Account of Crisis : Poor People's Experiences of the Food, Fuel and Financial Crises in Five Countries. Institute of Development Studies, Brighton, Uk. House, G. (1981). Work Stress and Social Support, Reading, MA: Addison-Wesley.

Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S. & Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Direction, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 36(3), 429-442.

Hughes, K.D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4), 433-454.

Hundley, G. (2001). Why Women Earn Less Than Men in Self-Employment. *Journal of Labor Research*, 22 (4), 817-829.

Invest RH. (2015). Résultats : « Quelles sont vos perspectives professionnelles 2015 ? ». Disponible sur : http://www.investrh.ma/Synthese_Perspectives_2015_INVESTRH.pdf

Itani, H., Sidani, Y. M. & Baalbaki, I. (2011). United Arab Emirates Female Entrepreneurs: Motivations and Frustrations. *Equality Diversity and Inclusion: An International Journal*, 30 (5), 409-424.

Izyumov, A. & Razumnova, I. (2000). Women Entrepreneurs in Russia: Learning to survive the Market. *Journal of Development Entrepreneurship*, 5 (1), 1-19.

Jabraoui, S & Boulahoual, A. (2016). Les facteurs déterminants du succès de l'entrepreneuriat au Maroc : cas de la région de Casablanca. Colloque International de la Prospective sous le thème « Entrepreneuriat : vers un Maroc Entrepreneurial ».

Jaidi, L. Zirari, H. (2006). Apport et Limites du Partenariat Euro-méditerranéen à l'Evolution Récente des Droits de la Femme Marocaine. Conférence annuelle EuroMeSCo 2006: Voies vers la Démocratie et Inclusion dans la Diversité, Actes de Congrès.

Jamali, D. (2009). Constraints and Opportunities Facing Women Entrepreneurs in Developing Countries: A Relational Perspective. *Gender in Management: An International Journal*, 24 (4), 232-251.

Janssen, F., Bacq, S. & Brouard, F. (2012). L'entrepreneuriat social : Un thème pour la recherche passée, présente et future. *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 25 (3-4), 17-44.

Jennings, J. E. & Mc Dougald, M. S. (2007). Work-family interface Experiences and Coping Strategies : Implications for Entrepreneurship Research and Practice. *Academy of Management Review*, 32 (3), 747-760.

Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715.

Jonathan, E. G. (2005). Mulheres Empreendedoras: Medos, conquistas e Qualidade de Vida. *Psicologia Em Estudo*, 10 (3), 373-382.

Jones-Evans, D. (1995). A Typology of Technology-based Entrepreneurs: A Model Based on Previous Occupational Background. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 1(1), 26-47.

Jouad, A., Bouichou, E., Moufdi, N., & Alaoui, L-L., (2018). La contribution de l'entrepreneuriat des jeunes ruraux diplômés au développement socioéconomique des territoires: Cas de la région Fès-Meknès., *Revue : innovation, entrepreneuriat et territoire*, 2,

Jouad, A., Moufdi, N., & Mansouri, A., (2019). La succession familiale : le genre trouve encore de place !, *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 2(2), 442-455.

Julien, P.A. (2000). L'Entrepreneuriat au Québec. Pour une Révolution Tranquille Entrepreneuriale 1980-2005. Montréal, Editions Transcontinental et Fondation de l'Entrepreneurship.

Justo, R., Cruz, C., De Castro, J., & Coduras, A. (2005). Entrepreneur's Perception of Success: Is there Really a Gender Divide?. Paper presented at RENT IX conference, Naples Italy, November, 16-18.

Kamdem, E. (2001). Entrepreneuriat et Sciences Sociales. *Management International*, 6 (1), 17-32.

Kamdem, E., et Ikellé, R., (2011), Management de la diversité et genre au Cameroun : une approche en termes d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin, *Humanisme et entreprise*, 5(11), 49-64.

Karlsson, K.G. & Zander, U. (2009). Modernitetens katastrofer. Historiemedvetande och historiekultur i 1900-talets skymningsland, cité dans Waterton E. & Watson S. (2015) *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*. Plagave macmillan. St Martin's Press LLC.

Kaszap, M. (2000). Réaliser des Entretiens de Groupe avec des Personnes âgées Québécoises peu Alphabétisées, une Question de Contexte et de Tempo. Dans Actes de la Biennale de l'Éducation et de la Formation, Paris, Communication numéro 211, Avril.

Kelley, D. J., C. G. Brush, P. G. Greene, et Y. Litovsky (2012). Global Entrepreneurship Monitor (2012). Rapport sur les femmes. Disponible sur : <http://www.gemconsortium.org/docs/2825/gem-2012-womens-report>.

Kettouch, M., (2001). La réforme du service public, Rabat, Ed Dar Al Qalam.

- Khyareh, M-M., (2018). Determinants of female entrepreneurship in Iran: An institutional approach. *Economic annals*, 216, 111-129.
- Kibler, E., Kautonen, T. and Fink, M. (2014). Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behaviour. *Regional Studies*, forthcoming.
- Kirkwood, J. (2003). The Motivation of Entrepreneurs: Comparing Women and Men. Proceedings of the 48th world conference of the ICSB, Belfast.
- Kirkwood, J. (2009). Spousal Roles on Motivations for Entrepreneurship: A Qualitative Study in New Zealand. *Journal of Family and Economic Issues*, 30 (1), 372-385.
- Kodithuwakku, S., & Perera, S. (2003). Women entrepreneurship development in Sri Lanka: Aiming for business success, 43-44. Colombo : International Labor Organization.
- Kreide, R. (2003). Self-employment of Women and Welfare-state Policies. *Rev Int Sociol*, 13(1), 205-218.
- Krueger, N. & Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 91-104.
- Lacasse, M. (1990). La Petite Entreprise au Canada: Le Cas Particulier de l'Entrepreneuriat Féminin dans le Secteur Manufacturier. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion. Université de Sophia Antipolis de Nice, France.
- Langowitz, N.S. & Morgan, C. (2003). Women Entrepreneurs: Breaking through the Glass Barrier. In BUTLER, J., (Ed.). *New Perspectives on Women Entrepreneurs*, 101-119, Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Laufer R. & Burlaud A. (1980). Management Public : Gestion et Légitimité [compte rendu] Stephan Christian (1983). *Politiques et Management Public*, 1 (2), 110-111.
- Laufer, J. 2004. Femmes et Carrières : La Question du Plafond de Verre. *Revue française de gestion*, 4 (151), 117-127.
- LaVoie, D. (1988). Les entrepreneurs : Pour une Economie Canadienne renouvelée. Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, FctionId.
- Le Loarne-Lemaire, S. (2013). Le Couple, Pilier de l'Entrepreneuriat au Féminin. *L'Expansion Management Review*. 1(148), 109-116.

Lebègue T. (2011), Le processus entrepreneurial des femmes en France, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Bretagne Occidentale.

Lebègue, T. (2015). La réussite de carrière entrepreneuriale des femmes. *Revue de l'entrepreneuriat*, 1(14), 93-127.

Lebègue, T., & Chabaud, D. (2013). Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives. RIMHE, *Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme*, 3(7), 43-60.

Lee, J. (1997). The Motivation of Women Entrepreneurs in Singapore. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 3(2), 1355-2554. <http://dx.doi.org/10.1108/09649429610112574>

Lee, M.S. Rogoff, E.G., & Suh, D.C. (2004). Who Done It?. Attributions by Entrepreneurs and Experts of the Factors that Cause and Impede Small Business Success. *Journal of Small Business Management*, 42 (4), 364-376, October.

Lee-Gosselin, H., Housieaux, C. & Villeneuve, M. (2010), Réalités, Besoins et Défis des Femmes Entrepreneures de la Région de la Capitale-Nationale, Etude sur l'Entrepreneuriat Féminin, p. 98. Disponible sur : www.crecn.qc.ca

Légaré, M.H. et St-Cyr, L. (2000). Portrait Statistique des Femmes Entrepreneures. Ministère de l'Industrie et du Commerce.

Léger-Jarniou, C. (2013). Femmes Entrepreneurs et Forte Croissance : Est-ce possible ?. 8ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation - AEI 2013, Fribourg, Suisse.

Lerner, M., Brush, C.G. & Hisrich, R. D. (1997). Israel Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. *Journal of Business Venturing*, 12 (4), 315- 339.

Lituchy, T.R., & Reavley, M.A. (2004). Women Entrepreneurs: A Comparison of International Small Business Owners in Poland and the Czech Republic. *Journal of international entrepreneurship*, 2 (1-2), 61-87.

Loscocco, K., Robinson, J., Hall, R.H. & Allen, J.K. (1991). Gender and Small Business Success: An Inquiry into Women's relative Disadvantage. *Social Forces*, 70 (1), 65-83.

Malach-Pines, A., Lerner, M. & Schwartz, D. (2010). Gender Differences in Entrepreneurship: Equality, Diversity and Inclusion in Times of Global Crisis, Equality, Diversity and Inclusion. *An International Journal*, 29 (2), 186-198.

- Mandelman, F. & Montes-Rojas, G.V. (2009). Is Self-employment and Micro-Entrepreneurship a Desired Outcome?. *World Development*, 37 (12), 1914-1925
- Manning, K. Birley, S., & Norburn, D. (1989). Developing New Venture Strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14 (1), 69-76.
- Manolova T.S., Manev I.M., Carter N.M. & Gyoshev B.S. (2006). Breaking the Family and Friends' Circle : Predictors of External Financing usage among Men and Women Entrepreneurs in a Transitional Economy. *Venture capital*, 8 (2), 109-132.
- Marcellina, C., Donath, R.O & Mariam, N. (2002). Jobs, Gender and Small Enterprise in Tanzania: Factors Affecting Women Entrepreneurs in the MSE Sector (ILO Working Paper).
- Marlow, S. & Carter, S. (2004). Accounting for Change: Professional Status, Gender Disadvantage and Self-employment. *Women in Management Review*, 19, 5-169
- Martin, H. (2012). Sexuation, valorisation et particularisation des « femmes chefs d'entreprise » dans la région d'Agadir (Maroc). *SociologieS, Dossiers, Professions et métiers autour de la Méditerranée*.
- Mason, C. (1989). Explaining Recent Trends in New Firm Formation in the UK: Some Evidence from South Hampshire", *Regional Studies*, 23(4), 31-46.
- Mastercardindex. (2019). Mastercard index of Women entrepreneurs. <https://mea.mastercard.com/en-region-mea.html>
- McElwee, G. & Al-Riyami, R. (2003). Women Entrepreneurs in Oman: Some Barriers to Success. *Career Development International*, 8 (7), 339-346.
- McKinsey & Company (2010), 4ème Rapport Women Matter. Octobre. http://www.mckinsey.com/features/women_matter
- Mejjati Alami, R. (2001). Femmes et Marché du Travail au Maroc. XXIV Congrès Général de la Population, Salvador-Brésil, 18-24 Aout. U.I.E.S.P. (L'union Internationale pour l'Etude Scientifique de la Population), disponible sur : <http://www.iussp.org/brizil2001/s50/s57P01 Mejiati.pdf>
- Mendryk, I., & Dylon, D. (2014). Factors of Professional Success for Self-Employed Women. In *Human Capital without Borders: Knowledge and Learning for Quality of Life; Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2014* (933-938).

MFP. (2011). Conciliation travail- famille des femmes et des hommes fonctionnaires au Maroc : une étude réalisée par Demos consulting. Ministère de la fonction publique marocain ; Rabat, Juillet.

Miller, N. J., Besser, T. L. & Ribe, J. V. (2007). Do Strategic Business Networks Benefit Male-and Female-Owned Small Community Businesses. *Journal of Small Business Strategy*, 17 (2), 53-74.

Ministère de l'Education Nationale, de la Formation Professionnelle, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (2016). Cité dans le rapport du Haut-Commissariat au Plan (2018). Les indicateurs sociaux du Maroc. Direction de la statistique.

Ministère de l'Emploi et des Affaires Sociales. (2013/2014). Rapport Global 2014, Étude de Diagnostic sur la Situation de L'emploi au Maroc Préalable à la Formulation de la Stratégie Nationale de l'Emploi.

Minniti, M. (2006). Entrepreneurship: The Engine of Growth. Greenwood Publishing Perspective Series 1.

Minniti, M., Arenius, P. & Langowitz, N., (2005). Report on Women and Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor 2004, The Center for Women Leadership at Babson College and London Business School.

Mione, A. (2005). De l'Affectivité à l'Effectivité: l'Evaluation par ses Membres d'un Réseau d'Affiliation. Communication à l'atelier : Accompagnement des jeunes entreprises : entre darwinisme et assistanat, organisé par l'ERFI, le CEROM et l'AIREPME, Montpellier, 26 Mai.

Mitchelmore, S. & Rowley, J. (2013), Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125-142.

Mitra, R. (2002). The Growth Pattern of Women-run Enterprises: An Empirical Study in India, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7, (2), 217-238.

Mordi, C., Simpson, R., Singh, S. & Okafor, C. (2010). The Role of Cultural Values in Understanding the Challenges faced by Female Entrepreneurs in Nigeria. *Gender in Management: An International Journal*, 25 (1), 5-21.

Mueller, S., (2004), Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries and cultures, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9, 3, 199-220.

Muller, S.L. & Thomas, A.S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.

Naamane-Guessous S., (1988). Au-delà de toute pudeur : la sexualité féminine au Maroc, Casablanca, Éditions Eddif.

Naciri, R. (2002). Genre, Pouvoir et Prise de la Décision au Maroc » In : Disparités en Genre et culture en Afrique du Nord. Questions et défis, Commission Économique pour l'Afrique du Nord (UNCEA), Nations Unies, 25-40.

Naciri, R. (2006). Les Droits des Femmes. Rapport d'Etude, Editeur : le Haut-Commissariat au Plan, Rabat, Janvier. Maroc.

Naser, K., Mohammed, W.R. & Nuseibeh, R., (2009). Factors that effect Women Entrepreneurs: Evidence from an Emerging Economy. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 225-247.

Ndemo, B. & Maina, F. W. (2007). Women Entrepreneurs and Etrategic Decision Making, *Management Decision*, 45 (1), 118-130.

Neider, L. (1987). A Preliminary Investigation of Female Entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, 25 (3), 22-29.

Nelton, S. (1998). Women's Firms Thrive. *Nation's Business*, August, 38-40.

Nene kane, O.D. (2009). Problématique de l'Entrepreneuriat Féminin en Mauritanie : Essai de Validation d'un Modèle. Thèse de Doctorat ès-Sciences de Gestion. Universite de Reims Champagne-Ardenne. Faculté des Sciences Economiques, Sociales et de Gestion.

Nicole Biloa Fouda, C., (2014), Dynamisme entrepreneurial des femmes camerounaises : études de cas de développement d'entreprise, Thèse de doctorat : Sciences de gestion, Institut de recherche en gestion des organisations. Caméroun.

Nlemvo, F., Biga-Diambeidou, M., & Coeurderoy. R., (2011). Le dynamisme entrepreneurial des régions : proposition d'un cadre conceptuel. *Canadian Journal of Regional Science / Revue canadienne des sciences régionales* (2-3), 47-59.

Noguera, M., Alvarez, C., Merigo, J., & Urbano, D., (2015). Determinants of female entrepreneurship in Spain : an institutional approach, *Science and business*, 21, 341-355

OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économiques). (2004). Promouvoir l'Entrepreneuriat et les PME Innovantes dans une Economie Mondiale, Entrepreneuriat Féminin ; Questions et Actions à mener. *2ème Conférence de l'OCDE des Ministres en charge des PME.*, Istanbul, Turkey 3-5 June.

OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économiques) (2011). Politiques et services de soutien au développement de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA. Réponses gouvernementales et privées en période de transition. Le Forum des femmes entrepreneurs OCDE-MENA 27-28 septembre. Paris, France.

OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économiques). (2012). Réunion Annuelle du Forum des Femmes Entrepreneurs OCDE-MENA et Conférence sur la promotion de l'emploi des jeunes et des femmes dans la région MENA, 21 Novembre. Paris, France.

OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économiques) (2014), Les femmes et l'entreprise 2014 : Accélérer le développement de l'entrepreneuriat dans la région Afrique du Nord et Moyen-Orient. Éditions OCDE. Disponible sur: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264227521-fr>

Olakitan, O & Ayobami, A.(2011). An investigation of personality on Entrepreneurial success. *Journal of Emerging Trends in economic and management sciences*, 2(2) , 95-103.

Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why Women enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247.

Oumerzoug, S. (2020). L'entrepreneuriat féminin, une évolution en dents de scie. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 50 (3), 1-15.

Paradas, A., Debray, C., Fourcade, C., & Polge, M. (2019) Influence de la proximité représentative sur la mixité femmes-hommes dans les petites entreprises artisanales du bâtiment. *Revue de la GRH*. 4(33), 119-147.

Paterno, A., Gabrielli, G. & D'Addato, A.V. (2008). Travail des Femmes, Caractéristiques Familiales et Sociales : Le Cas du Maroc. *Cahiers Québécois de Démographie*, 37 (2), 263- 289.

Pellemans, P. (1999). Recherche qualitative. Perspective Psychoscopique. Paris: DeBoeck.

Pigneur, Y. (2011) Une perspective institutionnelle. *Systèmes d'information & management*, 2(16), 3-7.

Pourtois, J.P & Huguette, D., (1988), Epistémologie et instrumentation en sciences humaines, Pierre Mardaga Editeur, Liège Bruxelles.

Rachdi, F. (2006). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire. Dans l'AIREPME, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales. Actes du 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat Féminin et PME, Fribourg, Suisse.

Rachdi, F. (2016). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une approche par le réseau personnel. Thèse de doctorat : Sciences de gestion. Groupe Institut Supérieur de Commerce et d'Administration des Entreprises (ISCAE). Maroc.

Rajmison, S., (1995), Femmes Entrepreneures Et Dynamique Entrepreneuriale: le cas de Madagascar d'après facteurs de performance de l'entreprise. Paris.

Ramadani, V., Hisrich, R, D., & Gërguri-Rashiti, S. (2015). Female entrepreneurs in transition economies: Insights from Albania, Macedonia and Kosovo. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11(4), 391-413

Rapport National-Beijing +10. (2004). Royaume du Maroc, Secrétariat d'Etat auprès du Ministre de L'Emploi, des Affaires Sociales et de la Solidarité ,Chargé de la Famille de la Solidarité et de l'Action Sociale, avec l'appui du FNUAP.

Rapport National-Beijing +20. (2015). Royaume du Maroc, Secrétariat d'Etat auprès du Ministre de L'Emploi, des Affaires Sociales et de la Solidarité, Chargé de la Famille de la Solidarité et de l'Action Sociale, avec l'appui du FNUAP.

Ratté, S. (1999). Les Femmes Entrepreneures au Québec : Qu'en est-il ?. Fédération Canadienne de l'Entreprise Indépendante, Montréal, dans MICST (2000), L'entrepreneuriat féminin : une force un atout : portrait statistique des femmes entrepreneures, Québec, Ministère de l'Industrie et du Commerce.

Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success : A general model and an overview of findings.

RDH. (Rapport du Développement Humain). (2005). Rapport Thématique. Démographie, Politiques de Population, élaboré dans le cadre du RDH 50 ans. Rabat.

Redien-Colloot, R. (2006). Pour une Approche Genrée de l'Entrepreneuriat. Académie de l'Entrepreneuriat. Réseau de Recherche Genre et Entrepreneuriat.

Retno Hapsar, N., & Soeditaningrum, N., (2018). Cultural factors on female entrepreneurship : a literature review. The 3rd International Conference on Energy, Environmental and Information System. E3S Web of Conferences 73.

Reynolds, P.D. (1991). Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16 (2), 47-70.

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E, Cox, L.W., & Hay, M. (2002). Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report. Babson College, London Business School and Kauffman Foundation.

Riebe, M. (2005), The Leadership Style of Women Entrepreneurs : An Alternative Model of Successful Management Practices. 50ème Congrès de l'International Council for Small Businesses (ICSB), Washington, 15-18 juin.

Rinfret, N. & Lortie-Lussier, M. (2002), Les Femmes Gestionnaires et l'Emergence de Nouvelles Cultures Organisationelles : Entre Réalité et Utopie, Toulouse, France, 3ème Colloque International des Recherches Féministes Francophones.

Robichaud, Y., Mc Graw, E. & Roger, A. (2005). L'influence des Objectifs des Entrepreneurs sur la Performance des Petites Entreprises. Une comparaison Hommes/Femmes. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, n° 55, 22-35.

Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2009). Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners' Social Networks. *International Journal of Entrepreneurship*, 13, 83-101.

Roomi, M. A., Harrison, P. & Beaumont-Kerridge, J. (2009). Women-Owned Small and Medium Enterprises in England: Analysis of Factors Influencing the Growth Process. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16 (2), 270-288.

Rooney, J., Lero, D., Korabik, K. & Whitehead, D.L. (2003). Self-Employment for Women. *Policy Options that Promote Equality and Economic Opportunities*. Ottawa, Ont: Status of Women Canada.

Rosa, P. Carter, S. & Hamilton, D. (1996). Gender as a Determinant of Small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, 8, 463- 478.

Roussel, P. & Wacheux, F. (2005). Management des ressources humaines. Méthodes de recherche en sciences de gestion, De Boeck Université.

Rwenge, M. J., Njeri K., et L. Maina (2013), Facteurs Explicatifs de l'Entrepreneuriat Féminin en Afrique Sub-Saharienne : Cameroun et Kenya. Rapport de recherche du FR-CIEA N° 66/13.

Sadi, A.M, & Al-Ghazali, B.M. (2012). The Dynamics of Entrepreneurial Motivation Among Women: A Comparative Study of Business Women in Saudi Arabia and Bahrain. *Asian Academy of Management Journal*, 17 (1), 97-113.

Saidi, S. (2003) Genre et économie. La participation des femmes à la vie Économique. Dans féminin-masculin. La marche vers l'égalité au Maroc 1993-2003. Edition : Diwan, 149-192.

Saleh, L. (2011). L'Intention Entrepreneuriale des Etudiantes : Cas du Liban. Université Nancy 2, Institut d'Administration Des Entreprises. Thèse de Doctorat : Nouveau Régime Sciences de Gestion de l'Université de NANCY 2.

Santoni, J., & Barth, I., (2014). Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin : cas d'un centre entrepreneurial au sein d'une business school. *Revue de la GRH*, 2 (11), 81-113.

Santoni, J., (2016). Le rôle de la sensibilisation, de l'accompagnement et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue dans l'engagement entrepreneurial des femmes. Thèse de doctorat : Gestion et management. Université de Strasbourg.

Saporta, B. (1994). La Création d'Entreprises : Enjeux et Perspectives. *Revue Française de Gestion*, 101, 74-86.

Sarasvathy, S. D. (2004). The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 707-717.

Sarhan, A. et Boudabbous,S. (2014). Rôle du parcours scolaire dans l'acte entrepreneurial : cas du contexte Tunisien , *Recherches & éducations*, 12, 147-162.

Sari, C. & Mebtoul, A. (2014). *L'intégration économique maghrébine - Un destin obligé ?*. Algérie : L'Harmattan

Sarri, K. & Trihopoulou, A. (2005). Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: A Review of the Greek Situation. *Women in Management Review*, 20(1), 24-36.

Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A New Female Frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5 (1), 47-76.

Scott, M. & Twomey D. (1988). The Long Term Supply of Entrepreneurs: Student's Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26 (4), 5-13.

Scott, W. R. (2001). *Institutions and Organizations*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Scott, W.R. (1995) *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Sequeira, J.M., & Rasheed, A.A., (2006). Start-up and growth of immigrant small businesses: the impact of social and human capital. *Journal of Development Entrepreneurship*, 11(4), 357–375.

Sexton, D.L. & Kent, C.A. (1981). Female Executives versus Female Entrepreneurs, dans K.H. Vesper (dir.), *Frontiers of entrepreneurship research : The proceedings of the 1981, Babson Conference on Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, 40-45.

Shabbir, A. & Di Gregorio, S. (1996). An Examination of The Relationship between Women's Personal Goals and Structural Factors Influencing Their Decision to Start a Business: The case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11 (6), 507- 529.

Shabbir, A. (1995). How Gender affects Business Start-up: Evidence from Pakistan. *Small Enterprise Development*, 6 (1), 35-42.

Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

Shapiro, A. (1975). The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur. *Psychology Today*, 9(6), 83-88.

Shapiro, A. et Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, chap. IV, 72-90.

Shelton, L. M. (2006). Female Entrepreneurs, Work–Family Conflict, and Venture Performance: New Insights into the Work–Family Interface. *Journal of Small Business Management*, 44 (2), 285–297.

Singh, G. & Belwal, R. (2008). Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the Role, Prospects and Problems faced by Women in this Emergent Sector. *Gender in Management: An International Journal*, 23 (2), 120-136.

Smith-Hunter, A. & Engelhardt, W. (2004). Determinants of Economic Success for Women Entrepreneurs: An Analysis Across Racial Lines. *Journal of the Academy of Business and Economics*, 3 (1), 210-218.

Snyder, M. (2003). Bridging the Research Gap: A Profile of Women Entrepreneurs in Uganda, *International Trade Forum*, 4, 22.

Soro, S.A., (2018). Etude des facteurs de succès du processus d'accompagnement entrepreneurial en contexte ivoirien. Thèse de doctorat : Gestion et management. Université Félix Houphouët Boigny. Abidjan.

Soualhia A. & Mejbri S. (2014). L'entrepreneuriat : Importance de ses facteurs socioculturels. Entrepreneurship: Importance of its socio-cultural factors. *International Journal of Innovation and Applied Studies*. 6(4). 1052-1060.

Soudi, K. (2002). La Discrimination Salariale entre Hommes et Femmes au Maroc Urbain: Une autre Dimension de la Question Gendrielle sur le Marché du Travail. Background paper. *Economic Research Forum*. Egypte.

Spilling, O. R., & Berg, N. G. (2005). Gender and Small Business Management: The Case of Norway in the 1990:s. *International Small Business Journal*, 18 (2), 38-59.

Starr J. & Yudkin M. (1996). Women Entrepreneurs: A Review of Current Research. Special Report CRW15, Wellesley: Center for Research on Women.

Starr, J.A. & Bygrave, W.D. (1991). The Asset and Liabilities of Prior Start-up Experience an Exploratory Study of Multiple Venture Entrepreneurs, in N.C. Churchill, W.D. Bygrave, J.G. Covin, D.L. Sexton, D.P. Slevin, K.H. Vesper and W.E. Wetzel (eds), *Frontiers of Entrepreneurship research*, Wellesley, M.A: Babson College, 213-228.

St-Cyr, L. & Gagnon, S. (2003). Les Entrepreneures Québécoises: Taille des Entreprises et Performance. Montréal: HEC Montréal, Chaire de développement et de relève de la PME.

St-Cyr, L. (2002). Les Femmes Entrepreneurs Québécoises : Taille et Gestion, Compte rendu d'une recherche, École des Hautes Études Commerciales, Université de Montréal, Montréal.

Stevenson H., & Jarillo J.C. (1990), A Paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management, *Strategic Management Journal*, 11(4), 17-27.

St-Pierre, J., Nomo, S.T & Pilaeva, K. (2011). The Non-financial Contribution of Venture Capitalists to VC-backed SMEs: The Case of Traditional Sectors. *Venture Capital: an International Journal of Entrepreneurial Finance*.

Suchman, M.C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, *Academy of Management Review*, 20(3), 571-611.

Tahir Metaiche, F. (2013). Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: une étude exploratoire. Disponible sur : http://www.aei2013.ch/FR/Documents/35_Metaiche_AEI2013.pdf

Tahir Metaiche, F., & Bendiabdellah, A., (2016). Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir, *Marché et organisations*, 2(26), 219-240.

Tambunan, T. (2009). Women Entrepreneurship in Asian Developing Countries: Their Development and Main Constraints. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 1(2), 27-40.

Tan, J. (2008). Breaking the "Bamboo Curtain" and the "Glass Ceiling": The Experience of Women Entrepreneurs in High-tech Industries in an Emerging Market. *Journal of Business Ethics*, 80 (3), 547-564.

Thébaud, S. (2015). Status Beliefs and the Spirit of Capitalism: Accounting for Gender Biases in Entrepreneurship and Innovation. *Social Forces*, 94(1), 61-86.

Thiétart, R.A. (1999), Méthodes de Recherches en Management, Dunod, Paris.

Thiétart, R.A., (2007), Méthode de Recherche en Management, Dunod, Paris.

Thompson S.H. Teo & Vivien K.G. Lim. (1996). Gender Differences in Occupational Stress and Coping Strategies among IT Personnel. *Women in Management Review*, 11(1), 20 - 28.

Timmons, J.A., & Spinelli, S. (2003). New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century. Singapore: McGraw-Hill.

Tomoyo, K. & Norifumi, K., (2017) Institutional support and women's entrepreneurial selfefficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(11), 345-365.

Tounes, A. (2003). L'Intention Entrepreneuriale. Une Etude Comparative entre des Etudiants d'Ecoles de Management et Gestion suivant des Programmes ou des Formations en Entrepreneuriat et des Etudiants en DESS CAAE. Thèse de doctorat : Sciences et Gestion, Université de Rouen.

Treacy, M. (2003). Women's Business Association encourages Exporters in Cameroon. *International Trade Forum*, 4, 8-9.

Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M. & Binks, M. (2003). Does Entrepreneurial Experience influence Opportunity Identification?. *The Journal of Private Equity*, Winter, 7- 14.

Usunier J.C., Easterby-Smith M. et Thorpe R. (2000), Introduction à la Recherche en Gestion (2 ème éd.), Economica.

Van de Ven A., (1993). The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 211-230.

Van Uxem, F.W. & Bais, J. (1996). Het Starten van een Bedrijf: Ervaringen van 2000 Starters, Zoetermeer: EIM. Cité dans, Uhlaner Lorraine M., Thurik, R. & Hutjes, J., (2002). Post-Materialism as a Cultural Factor Influencing Entrepreneurial Activity across Nations. Research Report H200202, Scales.

Verheul, I, Uhlaner, L. & Thurik, R. (2005). Business Accomplishments, Gender and Entrepreneurial Self-image. *Journal Business Venturing*, 20, 483-518.

Vesper, K. (1990). *New Venture Strategies*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Vier-Machado, H., & Rouleau, L. (2002). Identité Sociale et Entrepreneuriat Féminin: Etude Comparative entre le Brésil et le Canada. 6ème Congrès International Francophone sur la PME - Octobre - HEC – Montréal.

Vishal, K., Turban, D., Wasti, S. Arzu, & Sikdar, A. (2005). Entrepreneurship and Stereotypes: Are Entrepreneurs from Mars or from Venus?. *Academy of Management Proceedings*, C1-C6.

Wacheux, F. (1996). *Méthodes Qualitatives et Recherche en Gestion*. Editions Economica, Paris.

Wagner, J., (2005). Nascent necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: evidence from the Regional Entrepreneurship Monitor. (pp. 1–24). Bonn (Germany): Institute for the Study of Labor - IZA Discussion Paper No. 1608.

Watkins, J.M. & Watkins, D.S. (1983). The Female Entrepreneur: Her Background and Determinants of Business Choice: Some British Data. In J. A. Hornaday, J. A. Timmons, & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 271-288). Boston, MA: Babson College.

Watson J. & Robinson S. (2003). Adjusting for Risk in Comparing the Performances of Male and Female controlled SMEs. *Journal of Business Venturing*, 18 (6), 773-788.

Watson, J. (2002). Comparing the Performance of Male and Female-controlled Businesses: relating Outputs to Inputs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (3), 91-100.

Watson, J. (2003). Failure Rates for Female-controlled Business: Are they any Differents? *Journal of Small Business Management*, 41 (3), 262-277.

Watson, J. (2006). External Funding and Firm Growth: Comparing Female and Male controlled SMEs. *Venture capital*, 8 (1), 33-49.

Webb, J. (1996). Myths & Realities. The Economic Power of Women-Led Firms in Canada. Scarborough. Bank of Montreal Economics Department.

Webb, J. W., G. M. Kistruck, R. D. Ireland, et D. J. Ketchen (2009). The Entrepreneurship Process in Base of the Pyramid Markets : The Case of Multinational Enterprise/ Nongovernment Alliances, *Entrepreneur- ship Theory and Practice* 34(3), 555-581.

Weeks, J.R. (2009). Women Business Owners in the Middle East and North Africa: A Five Country Research Study. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1 (1), 77-85.

Wells, S. (1998). Women Entrepreneurs: Developing Leadership for Success. New York et London: Garland Publishing, Inc.

Welsh et collab., (2014). Saudi women entrepreneurs: A growing economic segment. *Journal of Business Research*, 67, 758–762.

Welter, F. (2005). Entrepreneurship: New Perspectives in a Global Age. Edited by Anne de Bruin and Ann Dupuis. *International Small Business Journal*, 23 (1), 104-107

Welter, F. (2007). Entrepreneurship in West and East Germany, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4 (2), 97-109.

Welter, F., et D. Smallbone (2011). "Institu- tional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments", *Journal of Small Business Management* 49(1), 107-125.

Williams, D.R. (2004). Effects of Childcare Activities on the Duration of Self-employment in Europe. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 28 (5), 467-486.

- Winkler, A.E. & Ireland, T.R. (2009). Time Spent in Household Management: Evidence and Implications. *Journal of Family and Economic Issues*. 30 (3), 293-304.
- Winn, J. (2004). Entrepreneurship: Not an Easy Path to Top Management or Women. *Women in Management Review*, 19 (3), 143-153.
- Xiao, J-J., Alhabeeb, M-J., Hong, G-S et Haynes, G., (2005). Attitude toward Risk and Risk-Taking Behavior of Business-Owning Families, Consumer affairs, Disponible sur : <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00116.x>
- Yang, K. (2002). Double entrepreneuriat dans la réforme économique chinoise : Un cadre analytique. *Journal of Political and Military Sociology*, 30(1), 134.
- Yin, R.K. 1994. Case study research: Design and methods Second. Sage Publications.
- Yousafzai, S.Y., Saeed, S., & Moreno Muffatto, M. (2015). 'Institutional Theory and Contextual Embeddedness of Women's Entrepreneurial Leadership: Evidence from 92 Countries', *Journal of Small Business Management*, 53(3), 587-604.
- Zapalska, A. (1997). A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland. *Journal of Small Business Management*, 35 (4), 76-82.
- Zikmund, W.G. (2003) Business Research Methods. 7th Edition, Thomson South Western, Ohio.
- Zirari, H. (2006). Femmes du MAROC entre Hier et Aujourd'hui : Quels Changements?. *Recherches Internationales*, 3 (77), 65-80.
- Zoumba, B. & Poesi, A. (2018). L'entrepreneuriat par nécessité et par opportunité. Thèse de doctorat : Sciences de Gestion : Paris Est.

Liste des tableaux

Tableau 1: Définitions de l'entrepreneuriat regroupées par auteurs et par périodes.....	16
Tableau 2 : Evolution de la recherche en entrepreneuriat féminin et les tendances générales par période.....	35
Tableau 3 : Les sources de motivations des femmes entrepreneures	46
Tableau 4 : Taux annuel d'activité selon le sexe (%) 2018	52
Tableau 5: Les Principales difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises au démarrage de leurs activités.....	72
Tableau 6: Les Principales difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises dans la gestion quotidienne	73
Tableau 7 : Synthèse des motivations de choix de carrière entrepreneuriale par les femmes	90
Tableau 8: Synthèse des facteurs clés de succès des entreprises créées par les femmes communs à la majorité des études	93
Tableau 9: Les positions épistémologiques en recherches en gestion	143
Tableau 10 : La liste des femmes entrepreneures interviewées	159
Tableau 11: Les facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines	188

Liste des figures

Figure 1 : Le plan de la thèse	10
Figure 2: L'évolution de la recherche en entrepreneuriat féminin en relation avec l'entrepreneuriat	33
Figure 3: Les expériences professionnelles des femmes entrepreneures au Maroc	66
Figure 4: Structure disciplinaire de la littérature en entrepreneurship féminin	85
Figure 5: L'entrepreneure et son environnement	87
Figure 6 : La personnalité de l'entrepreneure	91
Figure 7: L'entrepreneure et son entreprise	94
Figure 8 : Cadre d'analyse de la réalité de l'entrepreneuriat féminin	95
Figure 9: Les facteurs liés à l'entrepreneure susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines	111
Figure 10: Les facteurs liés à son contexte familial susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines	117
Figure 11: Les facteurs liés aux institutions susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines	125
Figure 12 : Les facteurs liés aux relations professionnels susceptibles d'agir en antécédents à la création et au développement des entreprises féminines	132
Figure 13 : Schéma de notre étude	134
Figure 14: Résumé des trois formes du raisonnement	147

Annexes

Annexe 1 : Invitation de participation à l'entretien

Bonjour,

Je suis Abir JOUAD, doctorante en Sciences de gestion à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Fès- Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, et j'effectue une thèse de doctorat sur la question suivante : comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise ?

Vous êtes un témoin privilégié, c'est à ce titre que je m'adresse à vous, pour enrichir mon enquête par votre expérience entrepreneuriale. Sans votre précieuse aide, ce travail ne peut pas aboutir. Mon entretien avec vous sera d'une grande utilité.

Nous allons discuter les différents thèmes qui concernent ma recherche. Mon objectif n'est pas de vous juger, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce qui m'importe c'est de bien comprendre votre point de vue, à ce que vous pensez vraiment, comment vous voyez les choses. Dites-moi les choses le plus librement possible.

Toutes vos réponses seront tenues confidentielles : aucune participante (entrepreneure ou société) ne sera individuellement identifiée dans la thèse. Vos réponses seront utilisées uniquement à des fins d'analyse et ne seront jamais reliées à vos noms et prénoms. Dans le cas où vous voulez que votre entreprise soit identifiée, veuillez me le préciser lors de l'entretien.

Par ailleurs, si vous souhaitez recevoir les résultats de façon personnalisée ou me poser des questions, je vous remercie de m'envoyer un mail à l'adresse : abir.jouad@usmba.ac.ma

D'avance, je vous remercie infiniment pour votre participation.

J'espère qu'elle soit favorable, je vous prie de me fixer un Rendez-Vous le plutôt possible en mentionnant le jour et l'heure.

Abir JOUAD

Doctorante en Gestion Laboratoire **ERMOT** Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Fès- Université Sidi Mohamed Ben Abdellah

Annexe 2 : Guide d'entretien

Introduction :

Bonjour, je m'appelle Abir JOUAD, doctorante en Sciences de gestion à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Fès- Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, et j'effectue une recherche sur la question suivante : comment les femmes entrepreneures de la région Fès-Meknès parviennent-elles à créer et à développer leur entreprise ?

Vous êtes un témoin privilégié, c'est à ce titre que je m'adresse à vous, pour enrichir mon enquête par votre expérience entrepreneuriale. Sans votre précieuse aide, et celle des autres femmes entrepreneures, ce travail ne peut pas aboutir.

Nous allons discuter les différents thèmes qui concernent ma recherche. Mon objectif n'est pas de vous juger, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce qui m'importe c'est de bien comprendre votre point de vue, comment vous voyez les choses. Dites-moi les choses le plus librement possible.

Je tiens à vous informer que cet entretien est anonyme : vos réponses seront utilisées uniquement à des fins d'analyse et ne seront jamais reliées à vos noms et prénoms.

Eclaircissements supplémentaires à fournir avant de commencer l'entrevue :

Voulez-vous que votre organisme reste anonyme ?

Suis-je autorisée à enregistrer l'entrevue ?

Si vous ne voulez pas répondre à une question, vous pouvez me dire à tout moment de ne pas enregistrer certaines parties de l'interview pour des raisons de confidentialité.

Vous obtiendrez une copie écrite de l'entretien, que je voudrais que vous approuviez avant de l'utiliser pour ma thèse.

Voulez-vous une copie de l'étude finale ?

Interview :

Cas :

N° d'interview :

Lieu :

Date :

Point de départ de l'interview :

Point de l'arrêt de l'interview :

I. Renseignements personnels :

1. Age :
2. Situation maritale :
3. Nombre d'enfants (Sexe et âge) :

II. Informations générales à propos de l'entreprise :

1. Date de création de l'entreprise :
2. Type de l'entreprise :
3. Secteur d'activité :
4. Statut juridique :
5. Nombre d'employés :
6. La zone géographique de votre entreprise :

III. Facteurs liés à l'entrepreneure :

1. Pouvez-vous me parler de votre situation familiale ?
2. Pouvez-vous me parler de votre parcours académique ? En quoi votre parcours académique vous a aidé dans la création d'entreprise ?
3. Pouvez-vous me parler de votre parcours professionnel avant d'être entrepreneure ?
4. Pouvez-vous me raconter pourquoi avez-vous choisi une activité entrepreneuriale ? qu'est-ce qui vous a motivé ?

IV. Facteurs liés au contexte familial :

1. Quelle est la personne qui vous aide dans votre entourage pour s'occuper des enfants ?
2. Comment votre mari vous a soutenu dans la création d'entreprise ?
3. Comment s'effectue le partage des responsabilités familiales au sein de votre couple ?
4. Quels stratégies ou dispositifs avez-vous adoptés pour réussir l'équilibre entre votre activité et votre famille ?
5. Avez-vous un exemple-entrepreneur ? si oui, comment il vous a impacté ?

V. Facteurs liés aux institutions :

1. Quelle est la source de financement de votre projet ?
2. Selon votre expérience, comment jugez-vous la relation de la banque avec les entrepreneurs ?
3. L'Etat vous a aidé ? Si oui, comment ? Et quelle est l'importance de son intervention et de ses aides ?
4. Avez-vous bénéficié du soutien d'un service d'accompagnement pour votre projet ?

VI. Facteurs liés aux relations professionnelles :

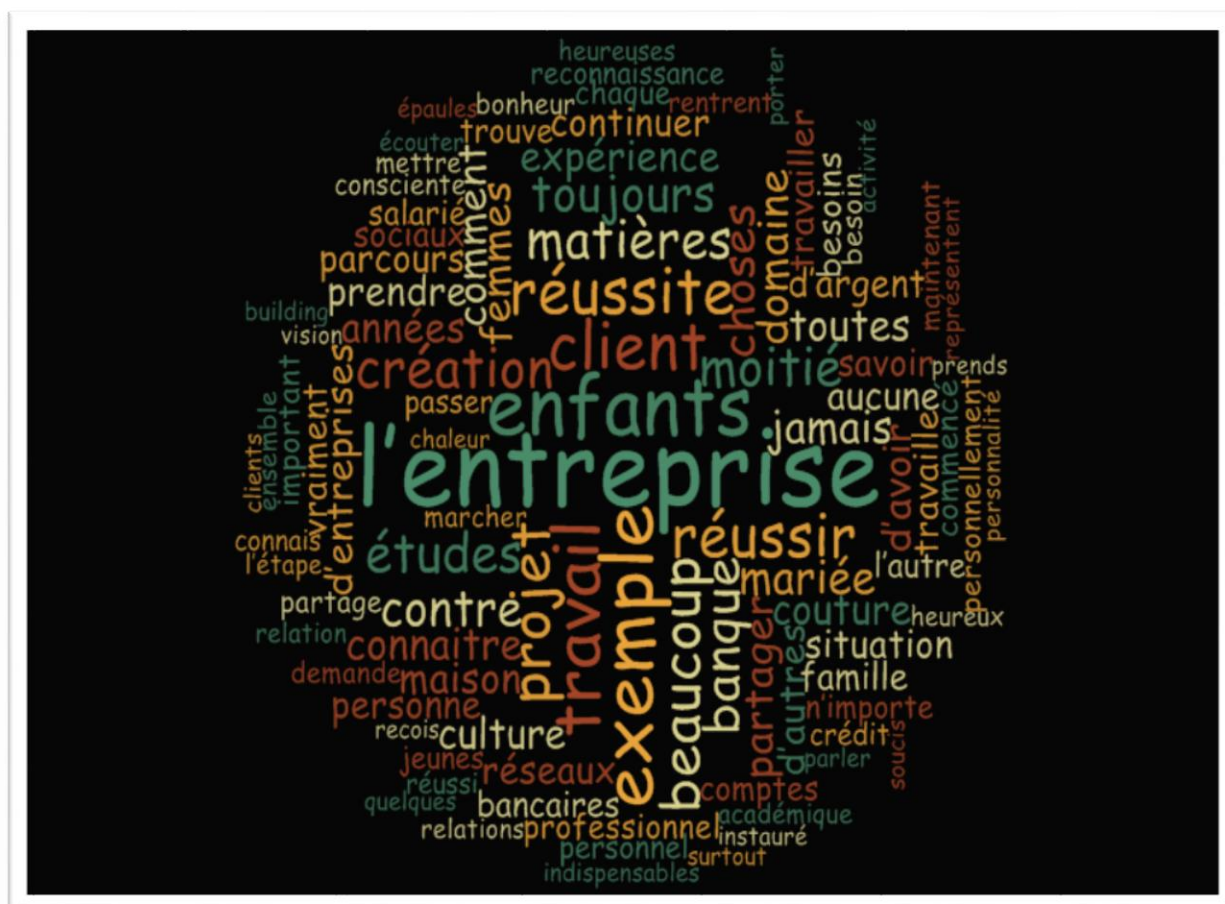
1. Selon vous, qu'est-ce qu'un réseau d'affaires ? En quoi ça peut aider ?
2. Quelle relation avez-vous avec vos salariés ?
 - 2.1. Comment rendre la relation employeur-employé plus saine ?
 - 2.2. Quelle relation existe-t-il entre les salariés et la réussite de l'entreprise ?
3. En quoi les relations avec le client vous sont utiles ?

VII. Autres questions :

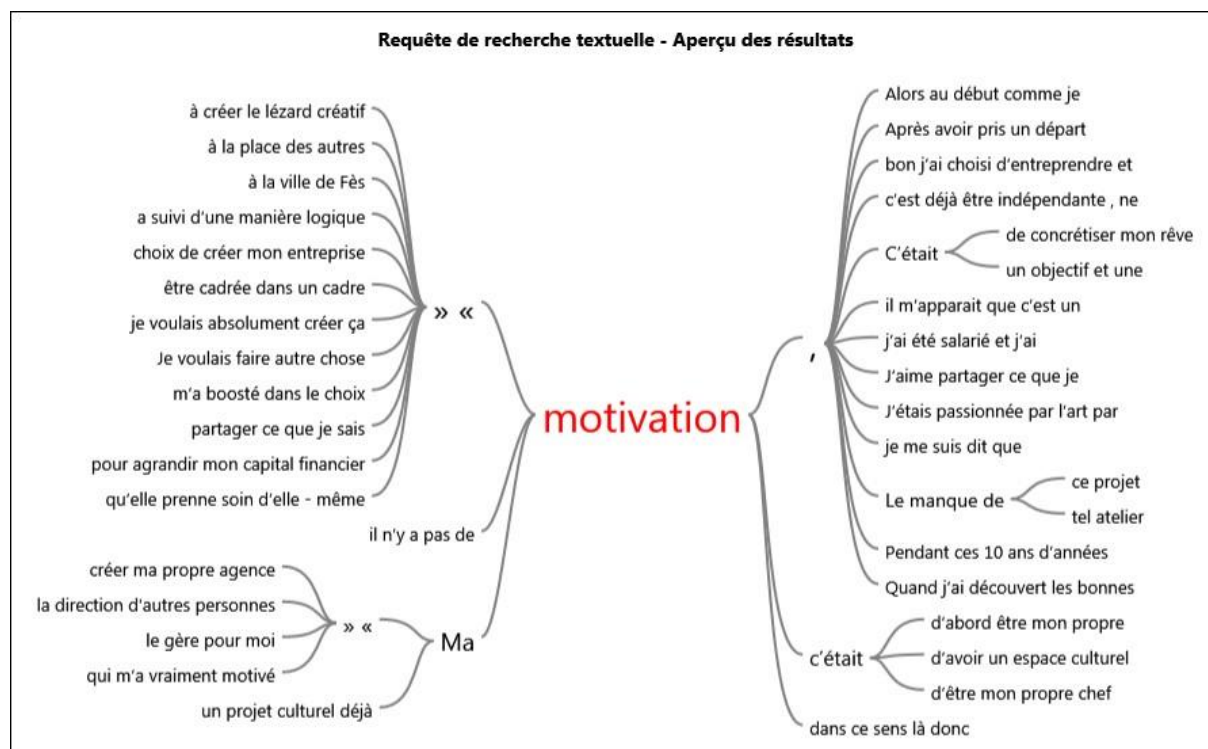
1. Selon vous, quelles sont les activités où les femmes peuvent mieux réussir ?
2. Quels conseils pouvez-vous partager avec les femmes qui désirent entreprendre ?
3. Pensez-vous avoir d'autres informations que nous aurions omis de traiter lors de cette entrevue et que vous jugeriez importantes pour notre sujet ?
4. Avez-vous des questions ou suggestions à propos de ce guide d'entretien ?

Merci de m'avoir accordé de votre précieux temps, je vous souhaite un grand succès dans votre entreprise.

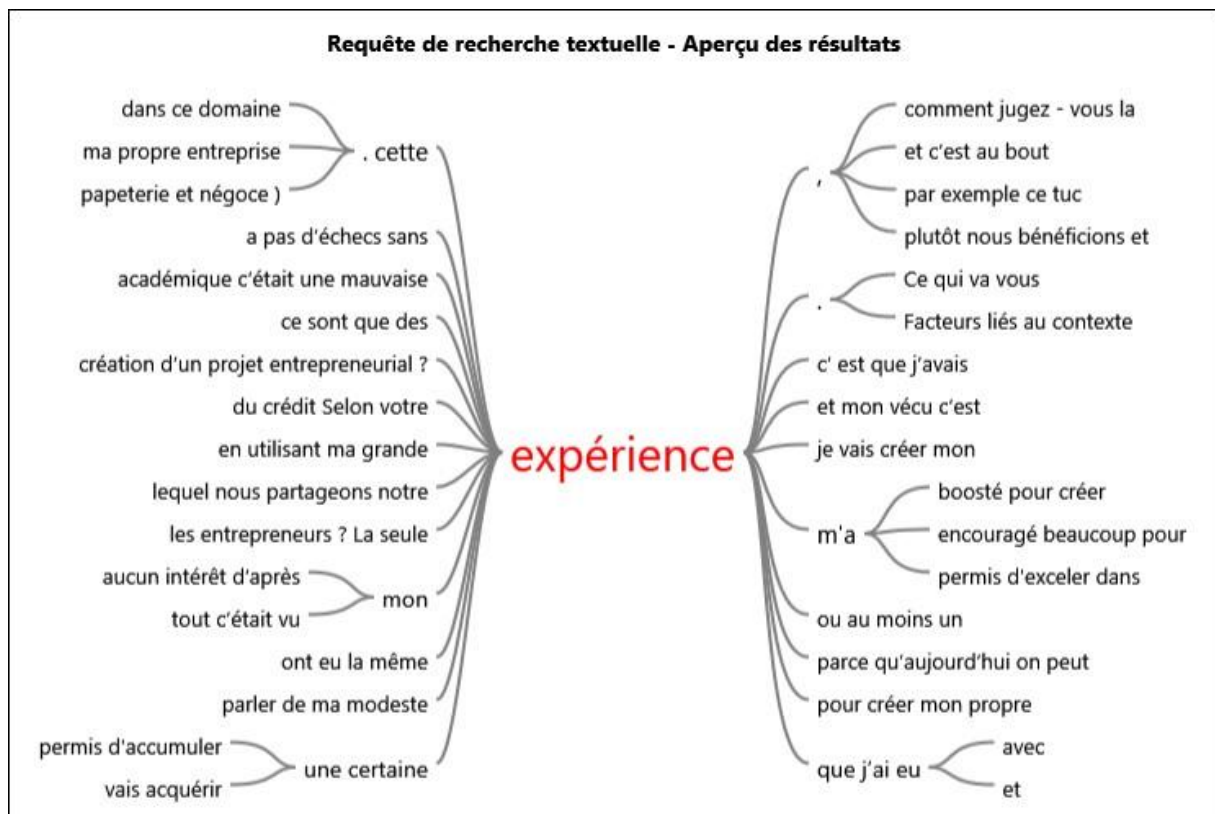
Annexe 3 : Requête de fréquences des mots



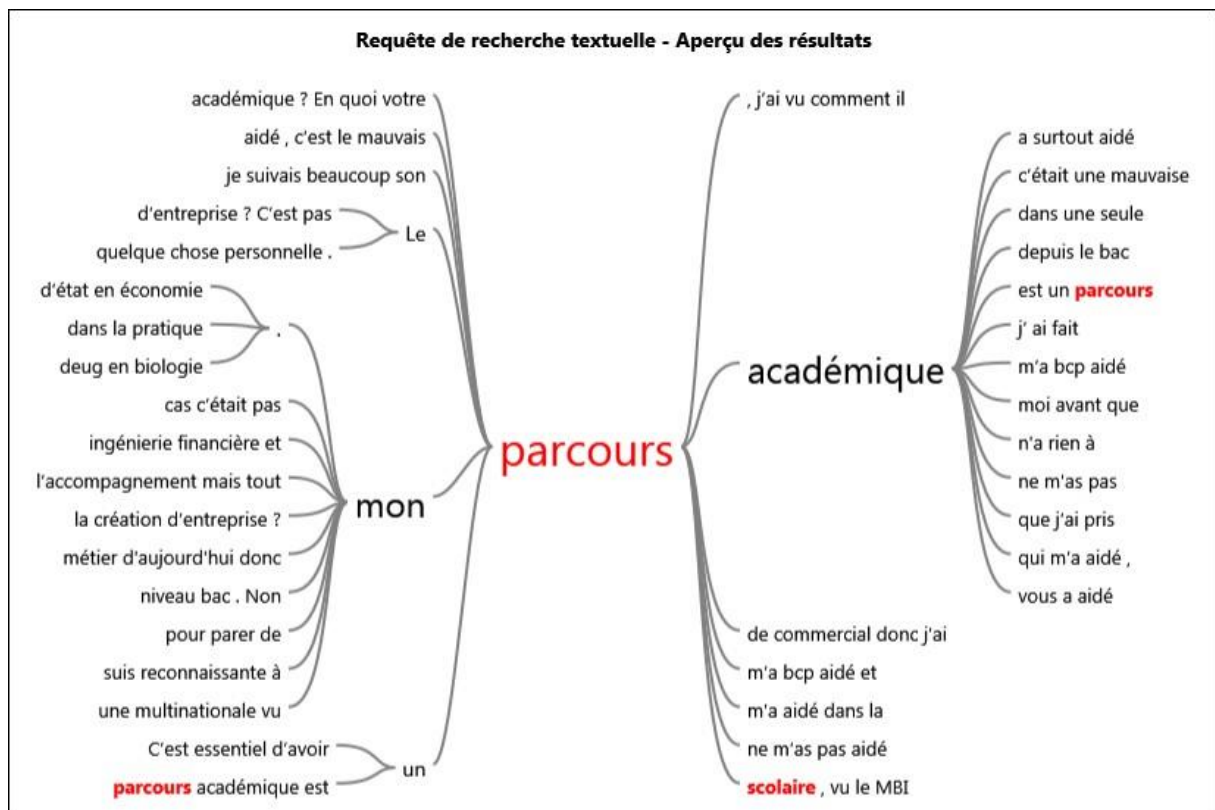
Annexe 4 : Requête de recherche textuelle : Motivation



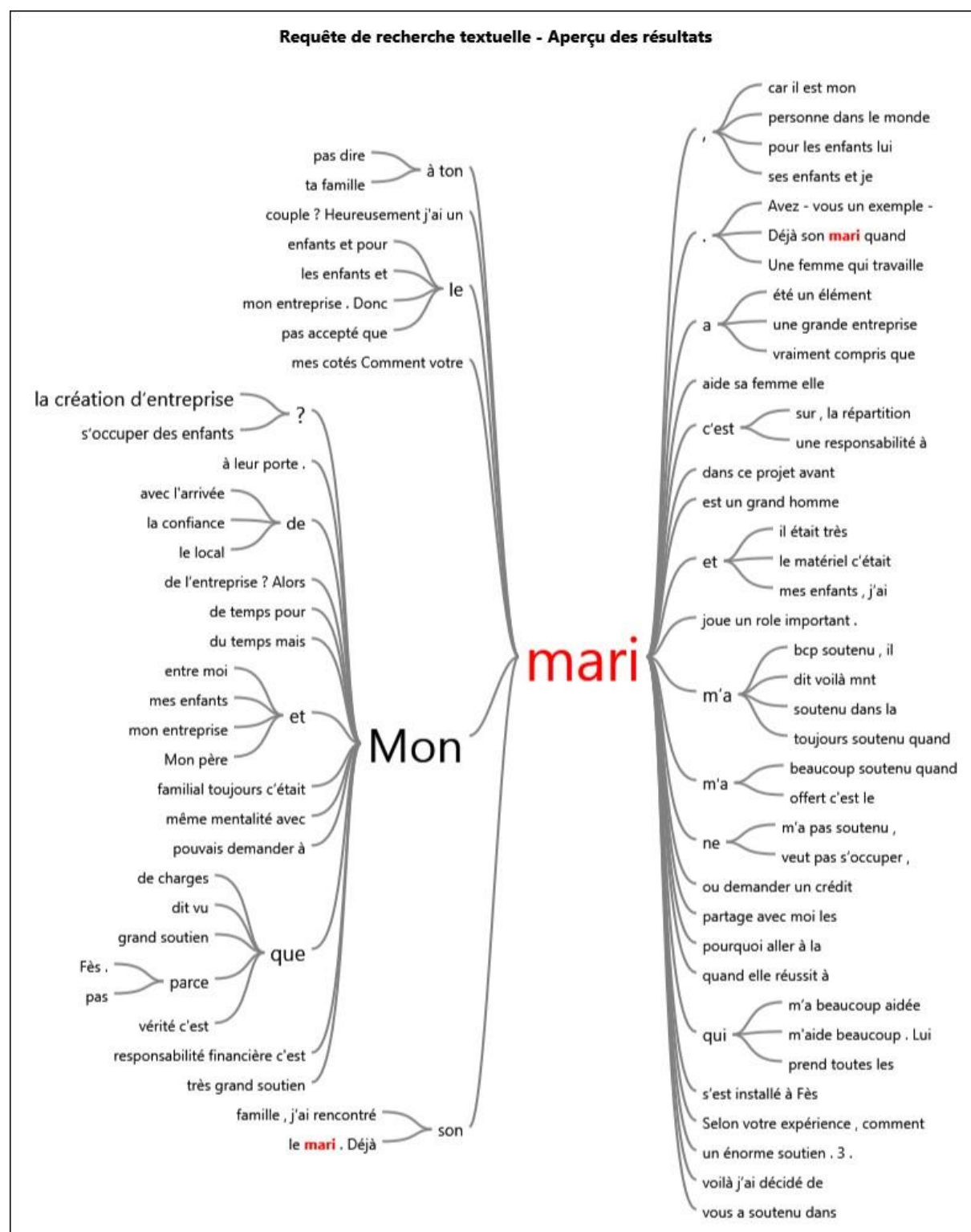
Annexe 5 : Requête de recherche textuelle : Expérience



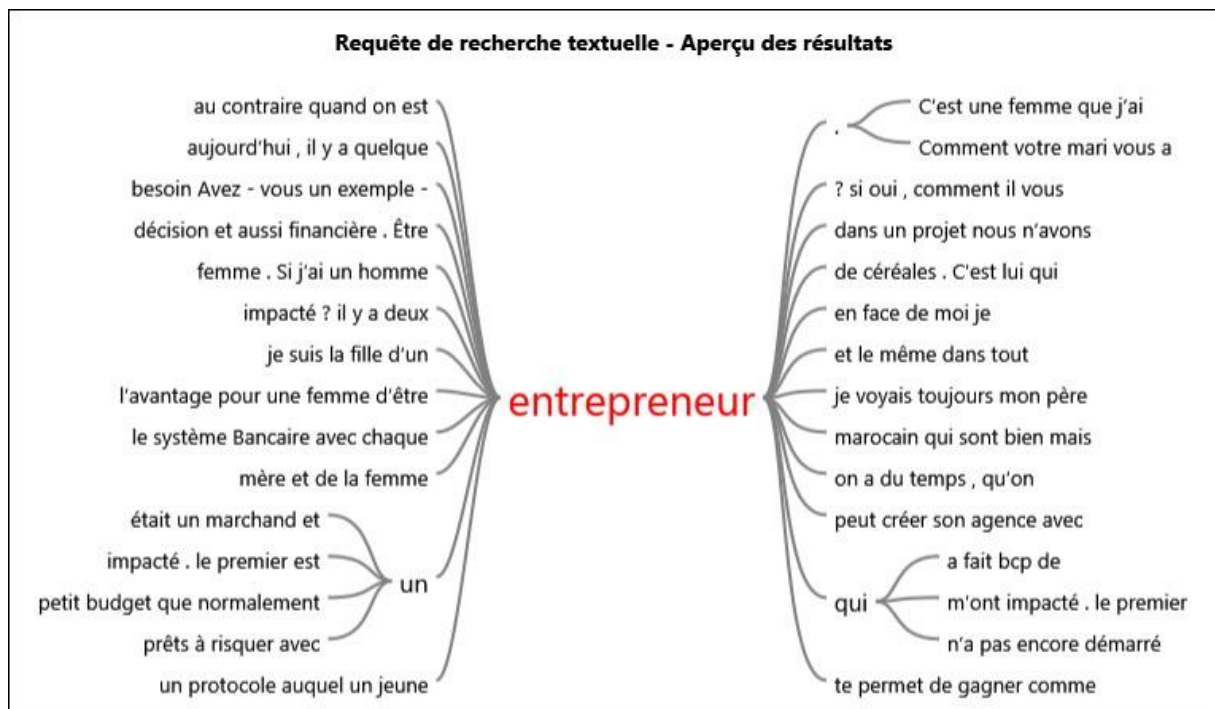
Annexe 6 : Requête de recherche textuelle : Parcours académique



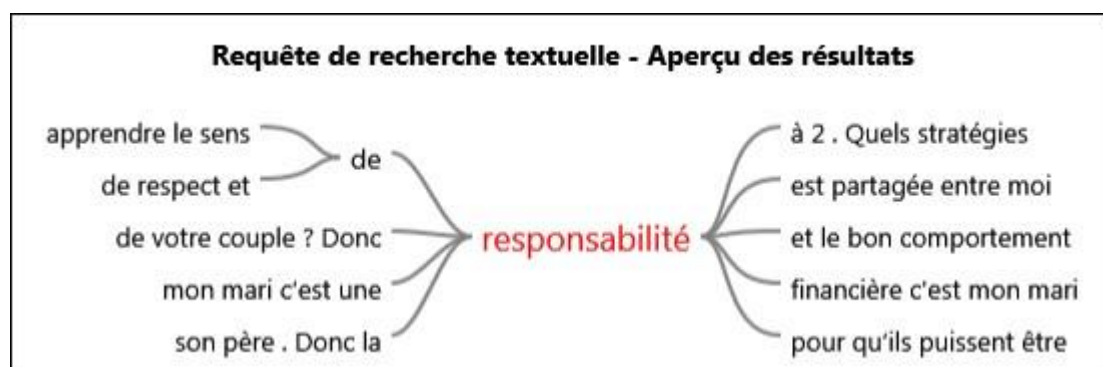
Annexe 7 : Requête de recherche textuelle : le soutien du conjoint



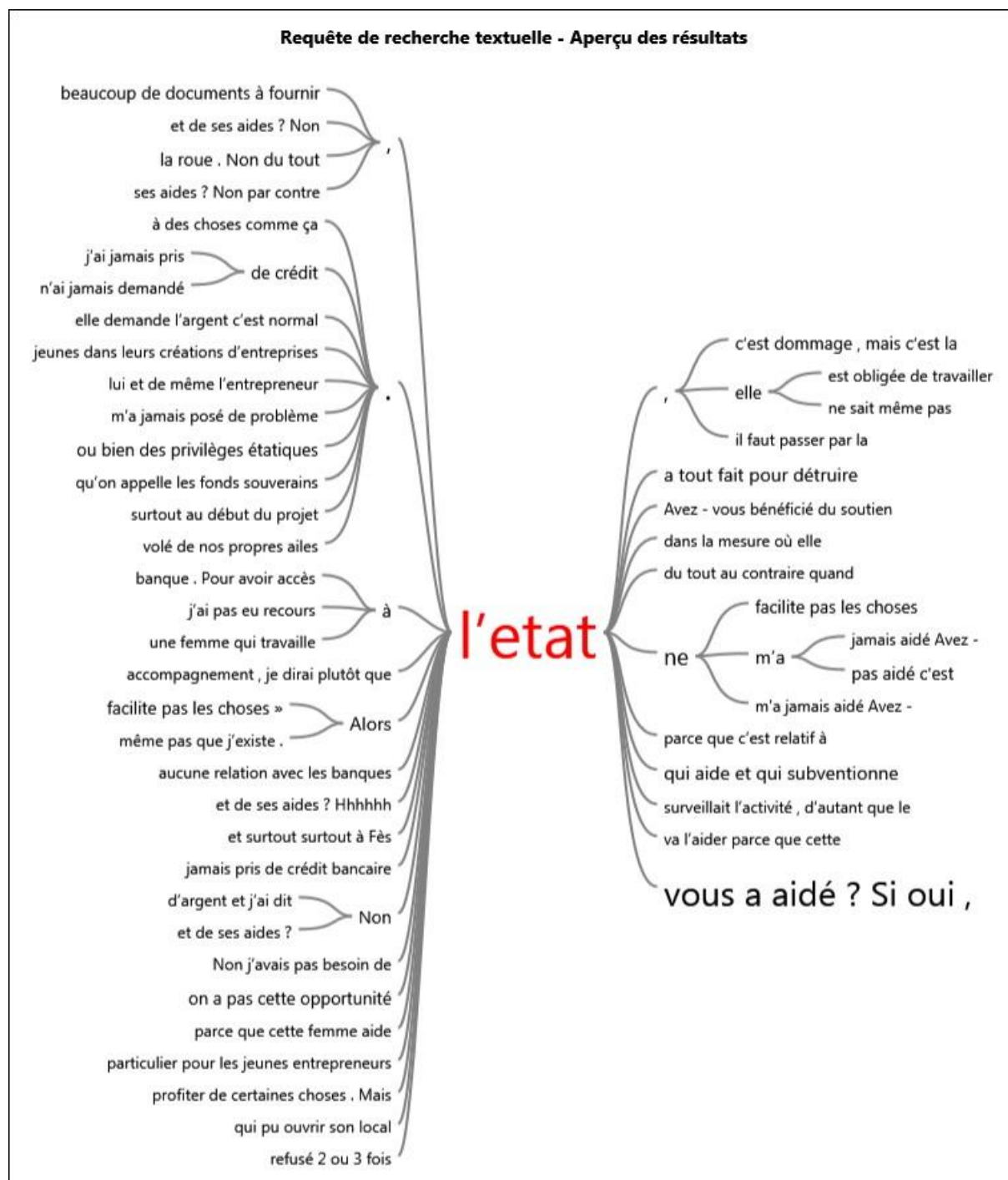
Annexe 8 : Requête de recherche textuelle : Exemple-entrepreneur



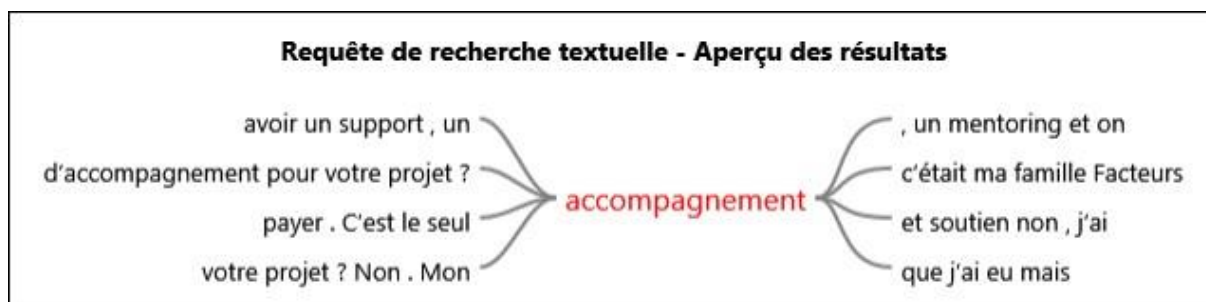
Annexe 9 : Requête de recherche textuelle : Responsabilité familiale



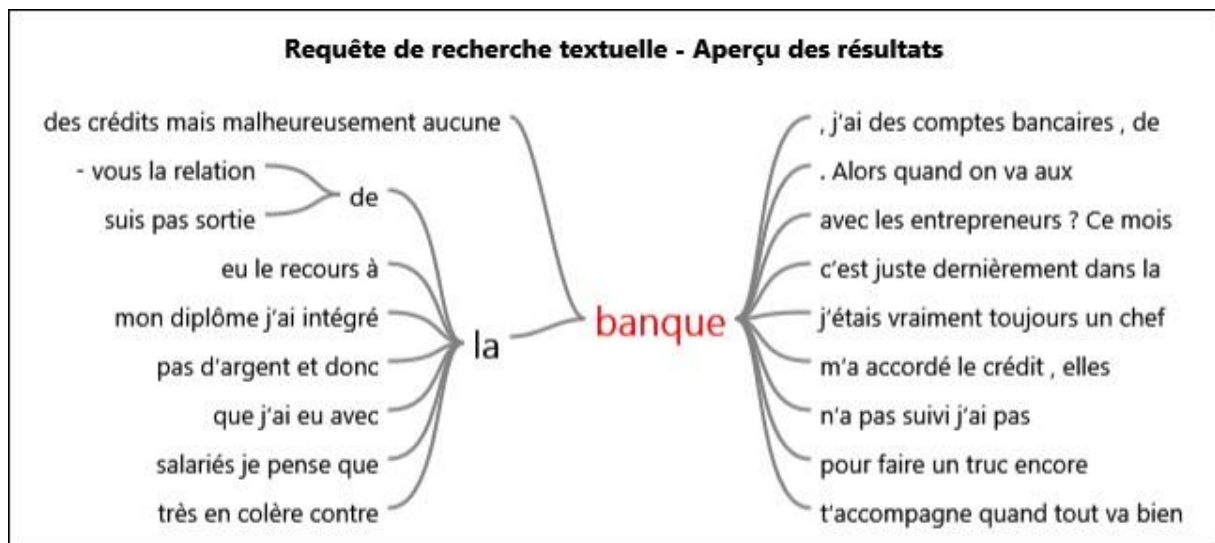
Annexe 10 : Requête de recherche textuelle : Administration



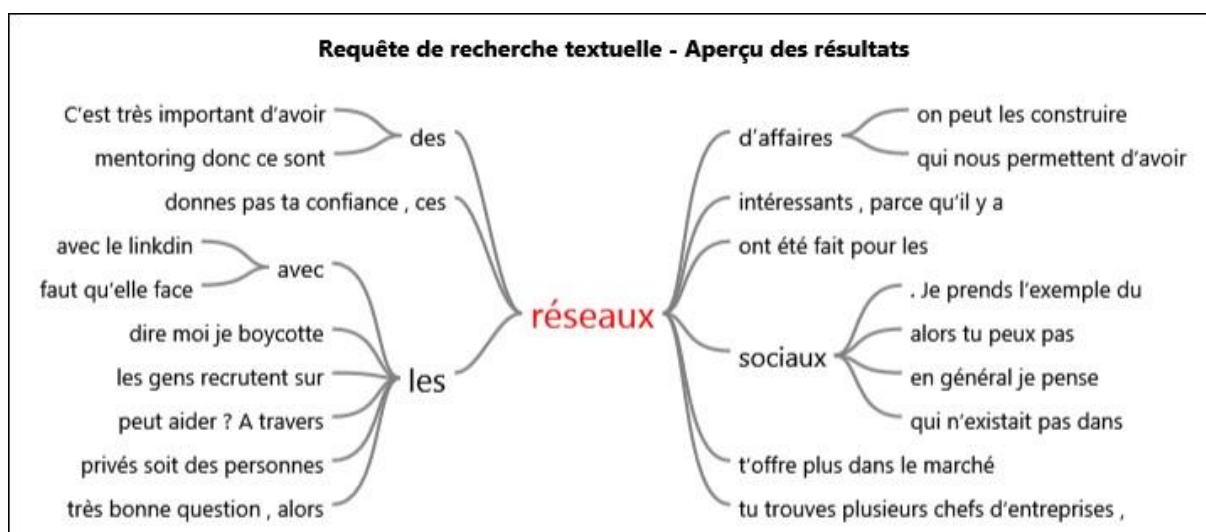
Annexe 11 : Requête de recherche textuelle : Structures d'appui



Annexe 12 : Requête de recherche textuelle : Les banques



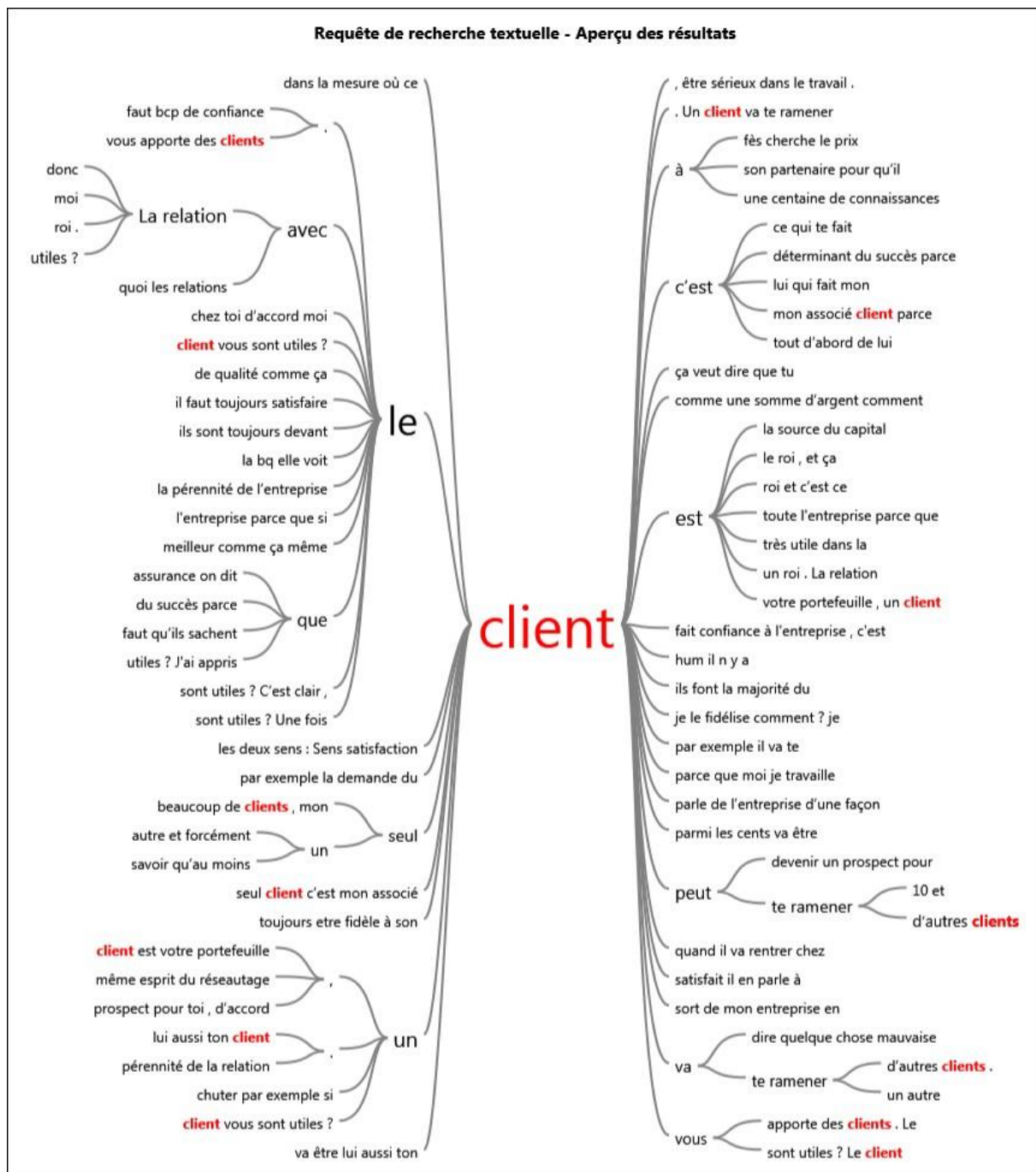
Annexe 13 : Requête de recherche textuelle : Réseaux professionnels



Annexe 14 : Requête de recherche textuelle : Les salariés



Annexe 15 : Requête de recherche textuelle : Les clients



Annexe 16 : Les verbatims des femmes entrepreneures de notre échantillon

A votre avis quelles sont les activités où les femmes peuvent mieux réussir ?

<Fichiers\\Interviews\\Amina> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,93%]

Référence 1 - Couverture 2,93%

Je pense que les femmes peuvent réussir dans tous les domaines. La preuve, c'est qu'il y a des femmes qui conduisent des trains et pilotent des avions. Ce qui est fait par l'homme peut être fait par la femme, je n'ai pas de contre-indication, ni d'autres choses.

<Fichiers\\Interviews\\Aziza. Be> -

§ 1 référence encodée [Couverture 3,10%]

Référence 1 - Couverture 3,10%

La femme peut réussir dans n'importe quel domaine. Aujourd'hui, on observe des femmes qui remplissent des rôles qui étaient absolument masculins, elles réussissent parfois mieux même que les hommes. Et il y a des femmes qui sont heureuses que dans des rôles féminins, donc il n'y a pas de domaine précis ; tout dépend de la personnalité de la femme.

<Fichiers\\Interviews\\Aziza. S> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,75%]

Référence 1 - Couverture 2,75%

Les activités qui ont une relation avec l'enfant et la femme tels que : des écoles de dessin et de loisirs, des écoles d'esthétiques et la haute couture.

<Fichiers\\Interviews\\Hafssa> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,24%]

Référence 1 - Couverture 1,24%

La femme peut tout réussir, juste elle doit se concentrer sur le projet et être patiente.

<Fichiers\\Interviews\\Hajar> -

§ 1 référence encodée [Couverture 4,80%]

Référence 1 - Couverture 4,80%

Nous les femmes, on peut réussir dans n'importe quel domaine, il suffit d'y croire et d'avoir un objectif. Tout dépend de chaque femme où elle voit sa place. Par exemple, je me voyais une créatrice d'agence et non pas créatrice d'un restaurant. Si la femme décide de se lancer dans un projet, elle a la capacité de le faire réussir. Il faut juste avoir la bonne décision et aimer l'idée du projet.

<Fichiers\\Interviews\\Houda> -

§ 1 référence encodée [Couverture 3,96%]

Référence 1 - Couverture 3,96%

Je pense que la femme a été faite pour tout ce qui est métier de création, créativité, parce qu'elle a beaucoup d'imaginations et de savoir-faire. Moi, je trouve que la femme peut exceller dans ces secteurs d'artisanat et du professorat vu qu'elle a une certaine affection dont les enfants ont besoin. Je ne dis pas ça pour bannir les autres métiers. La femme peut créer tout type d'entreprise tout dépend de son caractère. « Fais ce que tu aimes ; Fais ce que tu veux tant que ça va t'apporter de l'épanouissement, fais-le ». Il y a aucun secteur où la femme ne peut pas réussir parce que quand tu veux une chose et tu te bats pour elle, tu la réussis.

<Fichiers\\Interviews\\Kaoutar> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,23%]

Référence 1 - Couverture 1,23%

Les activités où le temps est managé.

<Fichiers\\Interviews\\Laila. Ab> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,86%]

Référence 1 - Couverture 2,86%

Je ne suis pas d'accord avec cette question. Peut-être que les femmes ont des caractéristiques que les hommes n'ont pas pour gérer des entreprises. Mais, je pense que le genre n'a pas vraiment une relation avec ce que tu veux faire dans l'avenir. Pour moi, aimer ce qu'on fait est la clé de réussite.

<Fichiers\\Interviews\\Latifa> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,94%]

Référence 1 - Couverture 1,94%

Dans n'importe quelle activité, les femmes peuvent réussir. Il y a aucune différence, normalement, pour moi les secteurs d'activités devraient être ouverts à toutes les femmes. Je pense que quand on a de la confiance et quand on est passionnée et motivée on n'a pas de limites.

<Fichiers\\Interviews\\Laila> -

§ 1 référence encodée [Couverture 3,42%]

Référence 1 - Couverture 3,42%

Tout d'abord, elles doivent être formées car les études aident dans la création de l'entreprise et après elles peuvent créer leur entreprise dans n'importe quel secteur. La femme est devenue omniprésente dans tous les secteurs d'activités.

<Fichiers\\Interviews\\Najia> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,96%]

Référence 1 - Couverture 2,96%

Dans notre monde d'aujourd'hui, il n'y a aucune différence entre un homme et une femme. Elles peuvent exercer tout type d'activité.

<Fichiers\\Interviews\\Oumnia SBAI HASSANI> -

§ 3 références encodées [Couverture 10,72%]

Référence 1 - Couverture 6,28%

Sincèrement, moi personnellement je ne vois qu'il y a aucune différence aujourd'hui entre une femme et un homme. Je vois pas du tout pourquoi une femme ne pourra pas réussir dans un domaine, je suis dans un domaine masculin à 100% ; je dis bien masculin parce que c'est comme ça qu'on le qualifie. Également, je suis dans la construction, je travaille avec les hommes. Je suis dans les matériaux. Je suis dans un autre domaine de télécommunication. La femme aujourd'hui pilote des avions, elle est professeur, elle est médecin, elle est partout. Je ne vois pas pourquoi aujourd'hui nous qualifions activité féminine-activité masculine. Aujourd'hui, la femme peut tout faire. Est ce qu'il y a une activité que la femme ne fait pas (je vous retourne la question) ; Aucune, la femme peut tout faire. Au contraire, la spécificité des femmes entrepreneures c'est qu'elles sont très bien éduquées, ça veut dire très bien formées.

Référence 2 - Couverture 3,10%

Il n'y a pas d'activité féminine – activité masculine. D'ailleurs si vous faites un travail de doctorat dans ce sens, il faut pointer du doigt qu'aujourd'hui toutes les activités sont pour tout le monde et que nous n'avons plus strictement aucune différence entre activité pour femme ou pour homme, ça n'a aucun sens.

Je ne suis pas d'accord avec les statistiques qui mentionnent que les femmes peuvent mieux réussir dans certaines activités. Aujourd'hui, la femme réussit dans une activité qu'elle aime et qu'elle sait gérer. C'est ça un peu la règle.

Référence 3 - Couverture 1,34%

En tant qu'entrepreneuse, je mets des standards qui sont uniformes pour un homme et pour une femme. Si j'ai un homme entrepreneur en face de moi je vais le conseiller de la même manière que je conseillerai une femme. Donc je ne vois pas de différence.

<Fichiers\\Interviews\\Sahar> -

§ 1 référence encodée [Couverture 3,28%]

Référence 1 - Couverture 3,28%

Pour moi, la femme peut réussir dans toutes les activités, il suffit qu'elle choisisse l'activité elle-même et non pas être dictée par quelqu'un d'autre ou bien vu que ça rapporte de l'argent, elle se lance, il faut avoir un minimum de savoir, de ce que je veux faire et un minimum de passion pour ce qu'on fait. Si on a ça on peut réussir dans n'importe quel domaine.

<Fichiers\\Interviews\\Sonia> -

§ 1 référence encodée [Couverture 3,38%]

Référence 1 - Couverture 3,38%

Les femmes peuvent réussir dans tous les domaines, moi je crois en la force féminine je crois en l'empowrement féminin. Donc, la femme a cette énergie, elle a cette essence

qui est naturelle, elle a un facteur de propulsion, elle peut réussir tant qu'elle est dans un process de connaissance de son projet. Je dis qu'il faut avoir de la volonté et de l'ambition. Il faut être en connaissance de ce qu'on veut.

Annexe 17 : Les verbatims des femmes entrepreneures de notre échantillon

Quels conseils pouvez-vous partager avec les femmes qui désirent entreprendre ?

<Fichiers\\Interviews\\Amina> -

§ 3 références encodées [Couverture 12,46%]

Référence 1 - Couverture 3,96%

C'est la persévérance, il faut persévérer d'abord malgré tous les problèmes. Il ne faut pas lâcher parce que quand on suit un projet c'est sûr qu'on va y réussir.

Référence 2 - Couverture 3,55%

C'est avoir beaucoup de dynamisme, beaucoup de contacts, avoir un bagage un peu large, aller frapper partout c'est-à-dire aller chercher de l'information auprès des organismes compétent. Et regarder un peu que font les gens ; qu'est ce qui se passe autour pour avoir un peu d'expérience.

Référence 3 - Couverture 4,96%

Je pense que vous avez fait tout le tour des questions. Je pense vous avez tout mis ; ce que je conseille c'est d'être toujours sérieux, être fidèle à son client, à son partenaire pour qu'il n'y a pas de problème après, il faut faire une bonne comptabilité, payer tous les impôts. Il ne faut pas essayer de se lancer dans des crédits inutiles.

<Fichiers\\Interviews\\Aziza. Be> -

§ 3 références encodées [Couverture 16,12%]

Référence 1 - Couverture 0,82%

On doit encourager les femmes à faire du social des études à faire dans ce travail parce que la situation est très grave

<Fichiers\\Interviews\\Aziza. S> -

§ 2 références encodées [Couverture 7,78%]

Référence 1 - Couverture 2,19%

Tu dois aimer ce que tu fais, il faut que tu sois heureuse dans ton travail. Je te conseille de donner plus que tu reçois, je me donne à fond dans mon travail, toujours je ne fais pas trop de calcul et mon Dieu m'aide.

<Fichiers\\Interviews\\Hafssa> -

§ 1 référence encodée [Couverture 0,39%]

Référence 1 - Couverture 0,39%

La patience et la persévérance

<Fichiers\\Interviews\\Hajar> -

§ 2 références encodées [Couverture 3,07%]

Référence 1 - Couverture 1,76%

Créer et développer un projet, c'est qu'il faut d'abord le maîtriser, ça veut dire tu as un objectif bien précis et tu veux l'atteindre.

Référence 2 - Couverture 1,32%

Il faut travailler dur et faire beaucoup de sacrifices. Pour mon projet, il faut toujours satisfaire le client et être sérieux dans le travail.

<Fichiers\\Interviews\\Houda> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,04%]

Référence 1 - Couverture 2,04%

Le premier facteur c'est que tu dois aimer ce que tu fais. Il te faut une vraie étude et d'une façon très fondée basée sur des données scientifiques. Et après bien sûr, il faut un vrai engagement, une vraie sincérité envers ce projet-là. Et finalement l'amour est la clé de réussite dans tout. Avoir un plus par rapport aux autres.

<Fichiers\\Interviews\\Kaoutar> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,98%]

Référence 1 - Couverture 1,98%

C'est de croire au projet, ça dépend du projet, s'il y a un projet qui nécessite de l'argent, il faut donc de la tune.

<Fichiers\\Interviews\\Laila. Ab> -

§ 1 référence encodée [Couverture 5,23%]

Référence 1 - Couverture 5,23%

Premièrement, il y a l'entrepreneur c'est pour moi le premier facteur. Le deuxième facteur c'est le lancement de l'entreprise, c'est comment on lance le projet, il y a aussi le support de l'entrepreneur c'est aussi très important. Il y a l'équipe aussi, mais en général au démarrage il n'y a pas beaucoup de personnes pour former une équipe, la majorité se lance seul dans leur projet. Il y a aussi le côté financier c'est aussi important au moins les trois premières années, il y a plusieurs facteurs qui rentrent en jeu comme la vision ...

<Fichiers\\Interviews\\Latifa> -

§ 2 références encodées [Couverture 3,12%]

Référence 1 - Couverture 1,57%

Moi je définis la création d'entreprise par un socle financier, par un prêt. Déjà quand on arrive à avoir ce socle là c'est important.

Référence 2 - Couverture 1,55%

C'est surtout d'être très bien orientée. On ne peut pas venir créer une entreprise sans savoir ce que l'on va faire, ce n'est pas un simple jeu. Alors il faut être très bien orientée et être sûre de la distribution de ton service.

<Fichiers\\Interviews\\Laila> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,51%]

Référence 1 - Couverture 2,51%

La femme doit être patiente, elle doit travailler très dure et ne pas se précipiter dans la création de l'entreprise et elle doit avoir tout d'abord l'idée et l'expérience.

<Fichiers\\Interviews\\Najia> -

§ 2 références encodées [Couverture 7,61%]

Référence 1 - Couverture 0,67%

La persévérance et le fait de croire en ton propre projet.

<Fichiers\\Interviews\\Ouafae> -

§ 1 référence encodée [Couverture 2,90%]

Référence 1 - Couverture 2,90%

Je parle de moi-même, le premier facteur c'est de fermer ses oreilles et d'avoir un but bien précis c'est comme quand vous faites un jocking et que vous devez arriver là-bas, quoi qu'il arrive. C'est vrai que le démarrage est très délicat, les mentalités.... Il y a beaucoup de choses qui rentrent en jeu. Personnellement, il s'agit de fixer un objectif et d'y arriver quelle que soit les conditions.

<Fichiers\\Interviews\\Oumnia SBAI HASSANI> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,55%]

Référence 1 - Couverture 1,55%

Avoir une vision stratégique qui va lui permettre de pérenniser son activité. C'est comment le faire durer dans le temps et comment le développer dans des périodes de croissance économique, mais aussi dans des périodes de crise.

<Fichiers\\Interviews\\Sahar> -

§ 3 références encodées [Couverture 10,78%]

Référence 1 - Couverture 1,73%

Avoir une vision claire, faire des études de projet et des business plans et tout, donc des études approfondies de la chose. Etude de marché.

Référence 2 - Couverture 3,50%

Beaucoup de persévérance et de foie en ce qu'on fait, parce que sinon on trouve beaucoup de personnes qui entreprennent quelque chose et au milieu du chemin ils laissent tomber, parce que le chemin de l'entrepreneur n'est pas facile du tout, donc si l'entrepreneur n'est pas armé par cette passion, il ne va pas arriver à créer son entreprise.

Référence 3 - Couverture 5,55%

Il y a un facteur très important, c'est la qualité de la santé mentale, c'est la qualité du bien-être parce que le chemin de l'entrepreneur est un chemin qui n'est pas facile. Si tu n'as pas la persévérance et la force mentale nécessaire pour subir les échecs, ça ne va pas marcher. Donc, le facteur mental est très important, c'est pour ça que moi dans mon entreprise j'accompagne les entrepreneurs dans ce volet pour savoir cultiver cet équilibre en soi, renouveler cette énergie, et avoir cette résilience et cette persévérance pour continuer.

<Fichiers\\Interviews\\Sonia> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,33%]

Référence 1 - Couverture 1,33%

Il faut du levier financier, on ne peut jamais commencer à partir de 0 dh.

<Fichiers\\Interviews\\Wissal> -

§ 1 référence encodée [Couverture 1,55%]

Référence 1 - Couverture 1,55%

Savoir-faire basique, savoir être, avoir une très bonne idée de ce que tu vas faire (du projet) c'est l'étude du projet.

Table des matières

Introduction générale	1
Chapitre 1 : Entrepreneuriat féminin : Etat de la recherche, spécificité et contexte	11
Introduction	12
Section 1 : Entrepreneuriat, entrepreneur et genre : Concepts et approches.....	14
§1. Conceptualisation de l'entrepreneuriat.....	14
1. Le concept de l'entrepreneuriat	14
2. La définition de l'entrepreneur et ses typologies	19
§2. Le genre en entrepreneuriat	25
1. Le genre et les facteurs individuels.....	26
1.1. Le genre et l'intention entrepreneuriale	27
1.2. Le genre et la perception de l'entrepreneuriat	27
2. Le genre et les facteurs relationnels (familiale et de réseautage).....	28
2.1. Le genre et la famille.....	28
2.2. Le genre et le réseautage.....	29
Section 2 : Entrepreneuriat féminin : Etat de l'art.....	30
§1. Evolution de la recherche en entrepreneuriat féminin	31
§2. Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la littérature	37
1. Les profils des femmes entrepreneures	37
2. Les caractéristiques de leurs entreprises.....	39
2.1. Selon la taille des entreprises	39
2.2. Selon le secteur d'activité des entreprises	41
2.3. Selon la croissance des entreprises	42
3. Les motivations des femmes entrepreneures	43
3.1. Motivations de nécessité (Push, négative, ou extrinsèque)	44
3.2. Motivations d'opportunités (Pull, positive ou intrinsèque)	45
3.3. Dichotomie entrepreneuriat par nécessité/ opportunité.....	46
Section 3 : Entrepreneuriat féminin : Eléments de contextualisation.....	48

§1. La femme marocaine : une réalité à contextualiser	48
1. La situation légale	49
2. La situation économique	50
2.1. Le taux d'activité féminine.....	51
2.2. La ségrégation professionnelle	53
3. La situation socioculturelle	54
3.1. L'éducation et l'analphabétisme.....	55
3.2. La place de la femme au sein de la famille	56
4. Les femmes à l'ère des réformes.....	57
5. L'environnement de la femme entrepreneure : Programmes et politiques mises en œuvre par l'Etat au service de l'entrepreneuriat féminin	59
§2. L'entrepreneuriat féminin au Maroc : bilan de la littérature	64
1. Le profil de la femme entrepreneure marocaine	64
1.1. L'âge	64
1.2. La formation.....	64
1.3. La situation familiale	65
1.4. L'expérience professionnelle	66
2. Profil des entreprises créées par les entrepreneures marocaines	67
2.1. La taille	67
2.2. L'âge	67
2.3. La forme juridique.....	68
2.4. Le secteur d'activité	68
2.5. L'étendue de l'activité.....	69
3. Les motivations des femmes pour entreprendre	69
4. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin au Maroc.....	71
Conclusion.....	74

Chapitre 2 : Cadre théorique et conceptuel des facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines..... 77

Introduction	78
--------------------	----

Section 1 : Les théories mobilisées	80
§1. Les approches en entrepreneuriat	80
1. L'approche individuelle ou des traits.....	80
2. L'approche contextuelle ou par les faits.....	82
3. Approche multidimensionnelle (approche individuelle et contextuelle)	83
3.1. Le modèle d'Amrhar (2001).....	84
3.2. Le modèle de Lacasse (1990)	95
3.3. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich (1997)	96
3.4. Le modèle de Shabir et Di Gregorio (1996)	96
3.5. Le modèle d'Ascher (2012)	97
§2. La théorie institutionnelle.....	98
1. Le rôle des institutions.....	98
2. Les aspects de la théorie institutionnelle	100
3. Justification du choix de la théorie	103
Section 2 : Les facteurs liés à l'entrepreneur et à son contexte familial	104
§1. Les facteurs liés à l'entrepreneur.....	105
1. Les motivations.....	105
2. L'expérience.....	107
3. Le niveau scolaire.....	108
§2. Les facteurs liés à son contexte familial.....	111
1. Le soutien du conjoint	112
2. Le rôle de l'exemple d'entrepreneur	113
3. Les responsabilités familiales	114
Section 3 : Les facteurs liés aux institutions et aux relations professionnelles	117
§1. Les facteurs liés aux institutions	118
1. La relation avec l'administration	118
2. Le rôle des structures d'accompagnement.....	120
3. Les institutions financières	122
§2. Les facteurs liés aux relations professionnelles	125
1. Les réseaux professionnels	126
2. La relation avec les salariés.....	128

3. La relation avec les clients	129
Conclusion.....	135

Chapitre 3 : Etude empirique des facteurs favorables à la création et au développement des entreprises féminines : Cas de la région Fès-Meknès . 138

Introduction	139
Section 1 : Méthodologie de recherche.....	141
§1. Le positionnement épistémologique et méthode de recherche	141
1. Le positionnement épistémologique	141
1.1. Paradigme épistémologique	142
1.1.1. Les différents paradigmes épistémologiques	142
1.1.2. Notre positionnement épistémologique	144
1.2. Modes de raisonnement.....	146
1.2.1. Les différents modes de raisonnement	146
1.2.2. Notre mode de raisonnement	147
2. Conceptualisation de recherche	148
2.1. Méthodes de recherche.....	148
2.1.1. Les différentes méthodes de recherche	149
2.1.2. La méthode retenue	150
2.2. Approches de la recherche	151
2.2.1. Les différentes approches.....	151
2.2.2. L'approche retenue.....	152
§2. La méthode de collecte et d'analyse des données	152
1. Méthode de collecte des données.....	152
1.1. La méthodologie par entretien	153
1.1.1. Entretien semi-directif	153
1.1.2. Le choix et la présentation de l'échantillon	154
1.2. Guide d'entretien	160
2. Méthode d'analyse des données et critères de validité de la recherche	161
2.1. Méthode d'analyse des données	161

2.2. La validité des résultats.....	164
Section 2 : Présentation et analyse des résultats	165
§1. Présentation générale des résultats	166
1. Ouverture des propos non prévisibles dans la théorie.....	166
2. Profil des femmes interviewées et les caractéristiques de leur entreprise.....	166
§2. Facteurs retenus dans notre étude.....	168
1. Les facteurs liés à l'entrepreneure	168
1.1. Les motivations	168
1.2. L'expérience	171
1.3. Le niveau scolaire.....	172
2. Les facteurs liés à son contexte familial	174
2.1. Le soutien du conjoint.....	174
2.2. Le rôle de l'exemple d'entrepreneur	175
2.3. Les responsabilités familiales.....	177
3. Les facteurs liés aux institutions	179
3.1. L'administration	179
3.2. Les structures d'accompagnement	181
3.3. Les institutions financières.....	182
4. Les facteurs liés aux relations professionnelles	183
4.1. Les réseaux professionnels	183
4.2. La relation avec les salariés.....	185
4.3. La relation avec les clients	187
Section 3 : Discussion des résultats	189
§1. Les facteurs liés à l'entrepreneur et à son contexte familial	189
1. Les facteurs liés à l'entrepreneur	190
1.1. Les motivations	190
1.2. L'expérience	191
1.3. Le niveau et le parcours scolaire.....	192
2. Les facteurs liés à son contexte familial	193
2.1. Le soutien du conjoint.....	194

2.2.	L'exemple-entrepreneur	195
2.3.	Les responsabilités familiales	195
§2.	Les facteurs liés aux institutions et aux relations professionnelles	197
1.	Les facteurs liés aux institutions	197
1.1.	L'administration	197
1.2.	Les structures d'accompagnement	199
1.3.	Les institutions financières.....	200
2.	Les facteurs liés aux relations professionnelles.....	201
2.1.	Les réseaux d'affaires.....	201
2.2.	La relation avec les salariés.....	202
2.3.	La relation avec les clients	203
	Conclusion.....	204

Conclusion générale..... 206

Bibliographie	215
Liste des tableaux.....	253
Liste des figures.....	255
Annexes.....	257
Annexe 1 : Invitation de participation à l'entretien.....	258
Annexe 2 : Guide d'entretien	259
Annexe 3 : Requête de fréquences des mots	263
Annexe 4 : Requête de recherche textuelle : Motivation.....	264
Annexe 5 : Requête de recherche textuelle : Expérience	265
Annexe 6 : Requête de recherche textuelle : Parcours académique.....	266
Annexe 7 : Requête de recherche textuelle : le soutien du conjoint.....	267
Annexe 8 : Requête de recherche textuelle : Exemple-entrepreneur	268
Annexe 9 : Requête de recherche textuelle : Responsabilité familiale	269
Annexe 10 : Requête de recherche textuelle : Administration.....	270
Annexe 11 : Requête de recherche textuelle : Structures d'appui	271
Annexe 12 : Requête de recherche textuelle : Les banques.....	272
Annexe 13 : Requête de recherche textuelle : Réseaux professionnels	273
Annexe 14 : Requête de recherche textuelle : Les salariés.....	274
Annexe 15 : Requête de recherche textuelle : Les clients	275

Annexe 16 : Les verbatims des femmes entrepreneures de notre échantillon..	276
Annexe 17 : Les verbatims des femmes entrepreneures de notre échantillon..	282
Table des matières	288