

---

## Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

### *L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE*

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

---

## LES FACTEURS EXPLIQUANT LA MOTIVATION DE L'ENTREPRENEURIAT CHEZ LA FEMME MAROCAINE SELON LE NIVEAU D'ÉTUDES

**Nassiba GOUSAID**

*Enseignante chercheuse, Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ait Melloul  
Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc  
[nassibagousaid@gmail.com](mailto:nassibagousaid@gmail.com)*

**Amira QANQOM**

*Enseignante chercheuse vacataire, Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ait Melloul  
Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc  
Mail : [amirargubi@gmail.com](mailto:amirargubi@gmail.com)*

**RÉSUMÉ** –La question de l'entrepreneuriat a été étudiée dans plusieurs articles et travaux. Ces différentes études ont permis de lister les différents freins et motivations à l'entrepreneuriat. Dans la présente communication, nous allons nous concentrer sur l'entrepreneuriat des femmes marocaines qui, malgré les différentes associations et politiques les encourageant, s'avèrent toujours moins nombreuses que les hommes entrepreneurs. Pour ce, nous allons nous baser sur la théorie Push et Pull afin d'expliquer la motivation de la femme marocaine. Une étude exploratoire par focus group est réalisée avec un échantillon de femmes entrepreneures afin de vérifier l'existence des différentes variables dans le contexte marocain.

**Mots clés :** Entrepreneuriat féminin, motivation, théorie Push et Pull.

Les idées et opinions exprimées dans les textes sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'OFE ou celles de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité des auteurs.

### **Introduction**

La question de l'entrepreneuriat a été étudiée dans plusieurs articles et travaux. Ces différentes études ont permis de lister les différents freins et motivations à l'entrepreneuriat. Pour étudier la question de l'entrepreneuriat féminin, nous allons présenter le concept en faisant le tour de la littérature, afin de définir l'entrepreneuriat, et la femme entrepreneure. Nous présenterons les chiffres clés de l'entrepreneuriat féminin dans le monde, en Afrique et au Maroc, avant de nous attarder sur les théories Push et Pull qui expliquent la motivation de l'individu vis-à-vis des activités entrepreneuriales.

Une étude sur terrain sera présentée afin d'étudier les facteurs les plus probants de la motivation dans le cas bien précis de la femme marocaine. Pour ce, des entretiens sont réalisés avec des femmes entrepreneures des différentes villes et régions du royaume. Les résultats permettent de déceler les motivations de ces femmes en distinguant entre les motivations de la théorie Push et celle de la théorie Pull. Nous essayons de catégoriser les résultats de ces motivations selon le niveau d'études des femmes interviewées.

## **I- L'entrepreneuriat féminin et l'économie**

Le présent article permet de mettre sous la lumière du jour le rôle joué par l'entrepreneuriat féminin dans l'économie du pays et d'étudier les motivations à l'entrepreneuriat chez la femme marocaine selon son niveau d'études. Nous allons donc nous rapprocher davantage du concept de l'entrepreneuriat en général, puis de celui bien spécifique de la femme, avant de traiter les modèles des déterminants ou des motivations chez la femme marocaine.

### **1- Définition de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneure femme :**

Dans ce travail, le premier point serait de souligner le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie mondiale et nationale. Pour ce, il serait judicieux de commencer par délimiter le cadre conceptuel en définissant l'entrepreneuriat et en expliquant de manière cohérente le processus entrepreneurial.

En effet, la définition de l'entrepreneuriat a toujours fait l'objet d'une polémique quant aux champs y appartenant. Scott Shane a défini le terme comme l'activité qui concerne la découverte, l'évaluation et l'exploitation des opportunités de proposer de nouveaux biens et services, de méthodes d'organisation de marchés, de processus et de matières premières qui n'existaient pas auparavant sur le marché. (Shane, 2003). Nous pourrions également évoquer une définition à dénominateur assez large pour que le plus grand nombre de chercheurs s'y retrouvent. L'entrepreneur serait donc « toute personne imaginative caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires possibles. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial ». (Filion, 1988).

Ceci dit, toujours selon la même source, il faut toujours être vigilant à distinguer entre l'entrepreneur et le propriétaire-dirigeant de PME. D'ailleurs, plusieurs personnes exercent des rôles entrepreneuriaux sans être des propriétaires dirigeants. Il s'agit de personnes qui exercent leurs activités entrepreneuriales à l'intérieur de grandes entreprises et qui jouent le rôle d'intrapreneurs, ou de personnes qui lancent des entreprises et qui opèrent comme travailleurs autonomes sans pour autant développer une petite entreprise. En parallèle, il existe également des personnes qui sont propriétaires-dirigeants mais qui ont acquis l'entreprise en question sans l'avoir créée, ni apporté des changements significatifs, tracé de vision claire, et développé de nouveaux produits ou de nouveaux marchés.

Si la personne entrepreneure a été définie d'une manière générale, nous ne pouvons nier que la femme entrepreneure quant à elle a des spécificités à prendre en compte. D'ailleurs, il est à souligner dans ce cadre que le fait de trouver une définition exacte de la femme entrepreneure dans la littérature n'est pas chose aisée. Cette difficulté vient du fait que les définitions proposées nous parviennent de diverses écoles de pensées et de différents domaines de

recherche. Cette diversité ne permet pas toujours de trouver un consensus sur la définition en question.

D'ailleurs, une première définition interpelle notre attention. Lavoie décrit l'entrepreneure, qu'il a aussi appelée propriétaire-chef d'entreprise, propriétaire-dirigeante d'entreprise ou encore femme chef d'entreprise, comme « une femme qui seule ou avec des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe à sa gestion courante. (Lavoie, 1988).

Pour Belcourt, Burke et Lee-Goselin l'entrepreneure est «cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise ». (Belcourt, 1991).

Nous retenons dans ce travail également la définition de l'entrepreneuriat féminin du groupe canadien de travail sur l'entrepreneuriat féminin, et qui définit la femme entrepreneure par « une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développement de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés » (GTEM, 1997).

## **2- Le poids de l'entrepreneuriat féminin :**

Aujourd'hui, il n'est plus à prouver que la femme joue un rôle très important dans sa société. La femme entrepreneure, à travers son entreprise, les emplois créés, la valeur ajoutée engendrée a un impact grandissant sur l'économie de son pays.

Selon l'étude de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dans son édition de 2016-2017, l'entrepreneuriat féminin progresse partout dans le monde. D'ailleurs, 163 millions de femmes ont créé une entreprise 111 millions en dirigent une déjà constituée, et la progression est à deux chiffres (10%) entre 2014-2015 et 2016-2017.

En France par exemple, 40% des entreprises individuelles sont créées par des femmes (contre 38% en 2014 et 2013) et 30% des entreprises françaises sont créées et dirigées par des femmes en 2015 selon le rapport publié par le portail de l'économie, des finances, de l'action et des comptes publics en 2017. Ces femmes sont plus diplômées que les hommes puisque 72% sont de niveau Bac+5 à doctorat et MBA contre une moyenne de 62% seulement.

En Allemagne, 31% des femmes seraient entrepreneures et 33% des sociétés et petites entreprises ont pour chef d'entreprise une femme. Eurostat, (2010). Et selon les statistiques publiées par le Center for Women's Business Research (2005), aux Etats-Unis, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises (47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'œuvre des femmes, avec un chiffre d'affaires de 2,5 trillions de dollars. Elles ont créé des emplois pour 19,1 millions de personnes.

En 2007, le nombre d'entreprises détenues par les femmes a progressé de 20,1% par rapport à 2002. Soit 28,7% des entreprises américaines représentant 6,7% de la totalité des employés et générant 3,9% des revenus (contre 28,2% pour les hommes) (Census, 2007).

Les femmes créent chaque année plus d'entreprises que les hommes, et la croissance de leurs entreprises et des emplois générés est aussi plus forte. Le nombre d'entreprises comportant plus de 100 personnes a augmenté de 44%. (Fiducial, 2006).

Si les chiffres sont très encourageants en Europe et en Amérique, la situation en Afrique demeure encore plus intéressante puisque les femmes africaines ont été élues championnes du monde en entrepreneuriat. En effet, le taux d'activité entrepreneuriale (TEA) des femmes le plus élevé du monde a été enregistré en Afrique par le cabinet Roland Berger en 2019.

Dans le continent, près de 24% des africaines en âge d'exercer un emploi sont activement impliquées dans la création d'entreprise et le chiffre est impressionnant car il devance de loin ceux annoncés dans d'autres régions du monde. En Asie par exemple, avec des pays qui occupent pourtant les premières places du classement du Global Entrepreneurship Monitor répertoriant les entrepreneurs dans le monde, le TEA ne représente que 11%.

Et si l'entrepreneuriat africain est salubre pour la femme, on ne peut nier que les retombées économiques de cette dynamique profitent au continent tout entier. En 2016, la valeur totale du PIB créée par l'entrepreneuriat féminin est estimée à un montant avoisinant les 300 milliards de dollars américains, ce qui représente 14% environ du PIB du continent.

Ceci dit, une grande disparité est remarquée entre les différents pays et régions. Les pays 'émergents', dont fait partie la première économie du continent « le Nigeria » apportent la contribution la plus élevée avec 62% de la valeur ajoutée totale. Cependant, des pays du groupe dit 'des traditionnels' enregistrent un apport du TEA au PIB proche de zéro.

Toujours en analysant cette disparité, on distinguerait entre les pays subsahariens et le maghreb et machrek. Dans cette optique, le TEA subsaharien est de 26%, alors que le Maroc, Algérie, Tunisie et Egypte ne représentant que 8%. Ceci serait expliqué dans une grande partie par un accès à l'éducation dans le nord du continent pour les femmes plus que dans les pays subsahariens. Les femmes de ces pays, chercheuses pour les études, ont un accès plus facile au marché du travail et sont donc moins contraintes de créer leur propre entreprise.

Cette première distinction commence à faire remarquer que l'entrepreneuriat féminin au Maroc pourrait se développer davantage et nécessite l'octroi d'efforts plus intenses afin d'encourager la femme à se lancer dans le monde de l'entreprise.

L'étude la plus récente menée dans ce cadre a d'ailleurs démontré que la femme entrepreneure au Maroc représente à peine 10 à 12% du tissu des entrepreneurs marocains, selon le rapport du bureau international de travail (BIT) ayant étudié l'évaluation de l'entrepreneuriat féminin entre 2014 et 2015.

Le rapport a relevé également une concentration accrue des femmes entrepreneures sur Casablanca et rabat, et le chiffre d'affaire reste généralement inférieur à 20 millions de DH, voire à 5 millions dans une large proportion.

La femme entrepreneure au Maroc s'intéresse beaucoup plus au secteur du commerce et services en milieu urbain, et à l'agriculture en milieu rural, délaissant ainsi l'industrie, les activités de commerce qui représentent une grande part des secteurs d'activité des entreprises marocaines.

Ce sont toutes ces disparités qui nous poussent à nous pencher davantage sur la question de la motivation de la femme marocaine vis-à-vis des activités entrepreneuriales. Notre objectif est donc de comprendre la dynamique entrepreneuriale féminine au Maroc, ainsi que de lister les éléments poussant la femme marocaine à se lancer dans le monde de l'entreprise. Dans notre

analyse, nous avons décidé de nous concentrer sur l'impact du niveau d'études de cette dernière sur ses motivations.

## **II- Les approches de la motivation féminine entrepreneuriale :**

La motivation est un concept qui a toujours été étudié en littérature, quelque soit son champ d'application. Avant d'arriver à la motivation entrepreneuriale, rappelons déjà que la motivation est toute énergie qui pousse et conduit à une action. (Olson et Bosserman, 1984). En effet, pour mieux comprendre énergie, un groupe d'auteurs a considéré la motivation comme une impulsion qui vise la satisfaction d'un besoin, ou l'atteinte d'objectifs fixés à l'avance. (Maslow, 1954) et Locke, (1968). Un autre groupe de chercheurs explique la motivation par une réaction d'attitude venant répondre à une situation injuste. (Adams, 1963).

Il y a également la motivation intrinsèque et extrinsèque. La première fait référence à la recherche d'un intérêt personnel tandis que la deuxième s'intéresse à la récompense qui suit un comportement déterminé, comme l'argent ou le statut. (Carsrud et Brannback, 2011).

Le présent texte s'intéresse spécifiquement à la motivation entrepreneuriale. Et dans ce cas de figure, notre point de départ a été marqué par l'idée qui stipule que la création d'une entreprise peut être choisie ou subie. En d'autres termes, cette création est déclenchée par la présence d'une opportunité d'affaires, ou par un besoin de rémunération quand l'entrepreneur n'a pas d'accès au marché d'emploi. Deux dimensions exclusives coexistent, il s'agit des approches Push et Pull.

On parle de l'approche Push quand le concept de l'entrepreneuriat apparaît par nécessité. Un premier aspect de cette approche est économique, et concerne le fait de ne pas avoir d'emploi. Le deuxième est non économique et apparaît avec une insatisfaction au travail. (Bradley et Roberts, 2005).

La théorie Push est donc directement liée à l'insatisfaction et la nécessité. Dans ce cas de figure, les facteurs de poussée sont souvent accompagnés de connotations négatives. Cette nature de connotations vient de la nécessité, l'absence de travail, le licenciement, l'emploi précaire ou flexible, l'insatisfaction du travail, et la restructuration d'entreprise. (Kirkwood et Campbell-Hunt, 2007) et (Mullen et al., 2008). Ce profil d'entrepreneurs cherche généralement à prouver sa valeur en société à travers l'entreprise.

L'approche Pull, quant à elle, est liée à l'entrepreneur par opportunité. Cette deuxième approche comporte également deux volets, à savoir le volet économique et le non économique. Il s'agit de la découverte d'une opportunité d'affaires ou du désir d'indépendance. Reynolds et al., (2002).

Cette deuxième théorie voit la création d'entreprise comme le résultat d'une culture entrepreneuriale. La motivation est une recherche d'indépendance et d'autonomie, accompagnée bien évidemment par la détection d'une opportunité d'affaires.

La différence entre les volets de cette théorie et ceux de la théorie précédente, c'est que l'opportunité d'affaires et le désir d'indépendance sont regardées de manière positives car la décision d'entreprendre est perçue comme un choix individuel et volontaire. (KIRKWOOD ET KAMPBELL-HUNT, 2007).

Si le désir d'indépendance est clair et compréhensible, l'opportunité d'affaires quant-à-elle requiert une définition. En effet, on pourrait expliquer l'opportunité d'affaires par la situation dans laquelle de nouvelles marchandises, matières premières, méthodes d'organisation et de nouveaux services peuvent être vendus à un prix plus important que leur coût de production. (Shane et al., 2003).

Ces opportunités d'affaires sont de différents types. Pour certains, l'opportunité se trouve dans l'innovation. L'entrepreneur dans ce cas est un innovateur qui propose des produits nouveaux qui remplacent les anciens déjà disponibles sur le marché. D'autres voient que l'entrepreneur est un arbitragiste qui s'intéresse aux imperfections du marché pour trouver son bénéfice, et restituer l'équilibre. (Gabarret et Vedel, 2015).

Des auteurs ont cette fois-ci défini l'opportunité par le processus : le passage de la découverte à l'exploitation, la construction d'opportunités, la transformation d'une idée en opportunité d'affaires. (Gartner et al., 1992). Et finalement, la littérature a mis l'opportunité en relation avec les traits de personnalité. Le fait de posséder certains traits permettrait la perception des opportunités d'affaires. (Grilo et Thurik, 2004).

Si cette vision explique la motivation de l'entrepreneur, elle ne demeure pas sans critiques, surtout quand il s'agit du caractère mutuellement exclusif de l'approche Push ou Pull. Aujourd'hui, il est à souligner que les mutations que connaît l'environnement de travail et l'essor de l'entrepreneuriat donnent naissance à des profils atypiques d'entrepreneurs. La vision monolithique d'autrefois n'est donc plus justifiée actuellement. Tounes et Fayolle, (2006). Dans cette nouvelle ère entrepreneuriale de l'autonomie, de la recherche de sens, la question à poser est : dans quelle mesure l'approche nécessité/opportunité est adéquate pour interpréter la motivation à l'entrepreneuriat ?

En effet, plusieurs chercheurs ont déjà montré que la motivation entrepreneuriale peut varier dans le temps et selon les origines ethniques. Williams, (2012).

Dans ce présent travail, nous nous basons sur la déconstruction de la motivation en enlevant le caractère d'exclusivité du concept Push et Pull de Gabarret et Vedel, (2015). Quatre dimensions bien distinctes sont donc présentes. Il s'agit de l'opportunité économique, la nécessité, l'insatisfaction vis-à-vis du travail précédent et le désir d'autonomie et d'indépendance. Ici, il s'agit de faire remarquer les quatre dimensions peuvent être regardées comme des facteurs négatifs ou positifs : la satisfaction au travail peut être considérée comme un facteur négatif puisqu'elle ne pousse pas l'individu à la création d'entreprise, ou comme un facteur positif puisque cette recherche de satisfaction attire l'individu vers l'entrepreneuriat.

### **III- La motivation entrepreneuriale Push/Pull chez la femme marocaine selon le niveau d'études :**

Après avoir étudié le concept de l'entrepreneuriat féminin et défini les éléments de la motivation entrepreneuriale dans la théorie Push et Pull, nous avons jugé intéressant de faire une étude sur terrain afin de recenser la motivation de l'entrepreneure marocaine et de voir si le niveau d'études a un impact sur la nature de la motivation se trouvant à la base de la décision d'entreprendre.

Notre étude est alors de type exploratoire, puisqu'elle a pour objectif de tâter le terrain et de dégager les thèmes, les points d'accroche et les points d'approche sur notre objet d'étude.

Nous avons choisi de faire une étude qualitative via des focus group avec des femmes entrepreneures marocaines, quelque soit les villes ou régions dans lesquelles leurs entreprises opèrent, le secteur d'activité qu'elles ont choisi ou encore la taille de leur entreprise ou le chiffre d'affaires enregistré. Nous avons organisé au total neuf entretiens collectifs, avec des groupes de 6 à 9 femmes entrepreneures à la fois, (5 groupes de neuf femmes, deux groupes de 6 femmes, un groupe de 7 femmes et un de 8 femmes). Nous nous sommes donc entretenus avec 72 femmes marocaines entrepreneures. Pour ce qui est des niveaux d'études, nous avons choisi de les organiser en quatre classes distinctes. Des femmes non scolarisées rencontrées exclusivement en milieu rural, des femmes ayant un niveau bac ou inférieur, des femmes avec un niveau d'études allant du bac à la licence, et des femmes titulaires de master et de doctorat.

Nous avons conçu un guide d'entretiens avec des questions ouvertes, et nous avons veillé à laisser la liberté totale aux interviewées d'évoquer les éléments ayant participé à leur décision d'entrepreneuriat.

Une première partie de ce guide s'est intéressée au profil des participantes (ville, âge au moment de la création, niveau d'études, secteur d'activité, expérience professionnelle, nombre d'emplois créés, chiffre d'affaires, ...). Ensuite, une deuxième partie avait pour objectif de pousser les interviewées à raconter leur expérience d'entrepreneuriat. Nous avons décidé de ne pas conditionner les réponses en évoquant les différents éléments de la théorie Push et Pull mais la totalité des réponses de ces femmes entrepreneures ont été organisées selon ces éléments trouvés dans la littérature.

Ceci nous permet de vérifier si les variables trouvées dans la littérature sont effectivement toutes présentes dans le contexte bien particulier de la femme marocaine, et si la motivation de ces entrepreneures est exclusivement Push ou Pull ou si nous avons affaire à une motivation hybride se positionnant entre les deux. Cette étude exploratoire nous permet également de voir s'il n'y a pas d'autres facteurs qui les ont encouragés et qui peuvent enrichir les éléments de ces deux théories.

Pour pouvoir présenter les résultats de notre enquête, nous allons commencer tout d'abord par décrire le profil des femmes entrepreneures questionnées. Parmi les 72 femmes interviewées, presque un tiers sont du milieu rural (29%) contre 71% du milieu urbain. Dans les 51 femmes habitant le milieu urbain, 78% déclarent avoir moins de 38 ans à l'époque de la création de leur entreprise. Seulement 16% avaient entre 38 et 50 ans et seulement 6% déclarent avoir plus de 50 ans. Pour le milieu rural, la proportion des âges demeure très différente puisque seulement 32% se lancent dans la création d'entreprise à un âge inférieur ou égal à 38 ans, avec une proportion de 68% de femmes âgées entre 38 et 50 ans.

Pour ce qui est du niveau d'études des femmes interviewées, nous avons décelé 23% de femmes non scolarisées ou ayant fait des études primaires, 16% avec un niveau bac ou inférieur, 34% avec un niveau entre Bac et licence, et 27% avec un master ou doctorat. Ceci dit, des disparités ont été remarquées concernant le niveau d'études selon le milieu rural ou urbain.

En milieu urbain, les femmes entrepreneures sont dans la grande majorité de niveau licence ou bac+2 avec un pourcentage de 57%, contre seulement 43% avec un niveau master et doctorat. Dans notre échantillon, aucune entrepreneure n'avait un niveau d'études inférieur au bac. Les entrepreneures du milieu rural sont à 63% non scolarisées ou de niveau primaire, contre 30% avec un niveau bac et moins, et 7% avec un niveau bac+2, licence, master et doctorat.

Pour ce qui est des secteurs d'activités, l'agriculture est prédominante chez les femmes entrepreneures marocaines dans le rural avec un taux de 89%, le reste de l'échantillon opère dans le domaine du commerce. Le secteur des services est celui le plus présent chez les femmes en milieu urbain, avec une proportion de 71%. 14% ont créé des entreprises en industrie, 13% en commerce et 2% se sont spécialisées en start-up technologiques.

Les chiffres d'affaires diffèrent selon le milieu de la création. En rural, ces derniers dépassent rarement les 1 millions de dhs par an (6%). En milieu urbain, 48% des entreprises de l'échantillon enregistrent un chiffre d'affaires annuel de moins de 1 million de dhs, 18% annoncent un chiffre d'affaires entre 1 et 5 millions de dhs, et 34% font un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions de dhs par an.

Les femmes entrepreneures en rural créent en moyenne 7 emplois alors que celles en milieu urbain dépendent de leur secteur d'activité (et non du chiffre d'affaires). En industrie, chaque entreprise crée en moyenne 12 emplois, contre seulement 2 en service, 4 en start-up technologiques, et un peu moins de 5 en commerce.

Pour ce qui est des motivations, nous avons remarqué que pour la plupart des femmes entrepreneures avec un niveau d'études allant de la licence au doctorat, les commentaires et les variables évoquées relevaient de la théorie push et pull avec un point en commun qui est le non-économique.

Pour l'échantillon des femmes entrepreneures avec un niveau d'études entre le bac et la licence, les raisons et variables qui revenaient le plus sont l'insatisfaction des conditions de travail (76%), l'insatisfaction des opportunités d'évolution de carrière (45%), le désir d'être son propre patron (89%), le désir de prouver sa capacité à créer et à gérer une entreprise (33%), variable qui a été étroitement lié à un trait de personnalité que nous avons décelé chez ces femmes : il s'agit du leadership et de la volonté de gérer des équipes).

Pour les femmes entrepreneures avec ce niveau d'études, 16% seulement ont décidé d'entreprendre pour saisir une opportunité d'affaires et 19% ont pris cette décision pour la nécessité (car elles ne trouvaient pas d'emploi).

Pour ce qui est de l'échantillon des femmes marocaines avec un niveau d'études Master ou doctorat qui représente une proportion de 27% de l'échantillon total, nous sommes toujours sur des variables Push et Pull relevant des raisons non économiques plus que celles économiques. L'ordre des variables restent plus ou moins le même avec une différence légère sur les proportions des femmes expliquant leur décision d'entreprendre en utilisant ces raisons. Ceci n'est pas valable pour les raisons économiques, car premièrement les femmes avec niveau master et doctorat les évoquent beaucoup plus que les autres, et deuxièmement, la nécessité (qui est assez faible chez les femmes avec licence) est beaucoup plus apparente pour ce niveau d'études avec une proportion dépassant le tiers (les femmes de ce niveau d'études



auraient plus de mal que le précédent à trouver un emploi qui répond à leurs attentes, ou refuseraient des offres s'éloignant de leurs spécialités d'études).

L'échantillon des femmes non scolarisées et avec un niveau bac et moins représentant 39% de l'échantillon total sont présentes en grande majorité en milieu rural. Elles ont à leur tour un point en commun. Les motivations décelées étaient pour la plus grande majorité économiques relevant de la théorie Push.

Ces femmes entrepreneures déclarent, quand elles ont un niveau bac ou moins, avoir créé leurs entreprises pour pouvoir participer aux dépenses de la famille, vu que les offres d'emploi en milieu rural restent très rares. Elles prennent cette décision également après le décès du père de famille ou de l'époux, se trouvant devant l'obligation de prendre en charge leurs enfants ou frères et sœurs. Ces entrepreneures évoquent également des raisons relevant du volet toujours économique mais de la théorie pull. Elles expriment leur désir de saisir une opportunité financière avec les différentes coopératives sensibilisant ces femmes, et leur expliquant les avantages et la valeur ajoutée qu'elles pourraient engendrer. Certaines expliquent leur motivation par le volet non économique de la théorie Pull. Elles cherchaient une indépendance financière, pouvoir se prendre en charge et améliorer les conditions de vie de leurs familles.

Les motivations restent pratiquement les mêmes pour les femmes non scolarisées ou ayant fait des études primaires. Ce sont les pourcentages qui changent, puisque dans ce niveau d'études, il s'agit beaucoup plus des raisons économiques que de celles non économiques, et des motivations de la théorie Push beaucoup plus que de celle Pull.

Tableau récapitulatif des résultats des motivations des femmes entrepreneures marocaines

	Non scolarisées/ Etudes primaires (23%)	Niveau Bac ou inférieur (16%)	Entre Bac et Licence (34%)	Master/ Doctorat (27%)
Push et Pull (raisons non économiques)	Amélioration des conditions de vie de la famille (22%) Désir de prouver sa capacité à créer et à gérer une entreprise (11%)	Recherche d'indépendance financière (28%) Amélioration des conditions de vie de la famille (19%) Insatisfaction des conditions de travail (9%)	Désir d'être son propre patron (89%) Insatisfaction des conditions de travail (76%) Insatisfaction des opportunités d'évolution de carrière (45%) Désir de prouver sa capacité à créer et à gérer une entreprise (33%)	Insatisfaction des conditions de travail (64%) Désir de prouver sa capacité à créer et à gérer une entreprise (62%) Désir d'être son propre patron (51%) Insatisfaction des opportunités d'évolution de carrière (46%)
Push et Pull (raisons économiques)	Décès du père ou de l'époux (41%) Désir de participer aux dépenses de la famille (29%)	Désir de participer aux dépenses de la famille (69%) Saisir une opportunité d'affaires (47%) Décès du père ou de l'époux (31%)	Nécessité (19%) Saisir une opportunité d'affaires (16%)	Nécessité (31%) Saisir une opportunité d'affaires (14%)

Source : Elaboré par nos soins.

En plus de ces motivations, nous avons également remarqué que la motivation de l'entrepreneuriat a été expliquée par un grand nombre de femmes par le changement du statut social. En milieu urbain, 23% des femmes ont décidé de s'investir dans la création d'entreprise après un divorce, et 28% ont hérité d'une entreprise après le décès du conjoint, et ont décidé de gérer l'entreprise et d'y apporter des changements.

L'inégalité entre les sexes dans le milieu professionnel a été également une motivation d'entreprendre pour un taux de presque 11% des femmes en milieu urbain. La plupart de ces femmes étaient contre l'évolution de carrières plus rapide des hommes, ou la rémunération plus importante de ces derniers quand il s'agissait du même poste occupé.

Si les motivations sont différentes, la question de l'expérience met en accord plus de 85% des femmes entrepreneures avec un niveau d'études licence et plus. Elles déclarent toutes avoir besoin d'une expérience professionnelle avant de créer leur propre entreprise. Parmi ces 85%, 34% voient que 2 ans s'avèrent suffisants avant de se lancer en entrepreneuriat, alors que 66% trouvent que le nombre d'expériences suffisantes serait entre 2 et 6 ans.

Pour les femmes entrepreneures ayant un niveau bac ou moins, la question de l'expérience est perçue différemment. 76% se sont lancées dans une expérience entrepreneuriale sans aucune expérience.

## Conclusion

Si nous avons décidé de nous pencher dans ce travail sur l'entrepreneuriat féminin, c'est pour le rôle qu'il pourrait jouer dans l'évolution de l'économie marocaine. Dans ce cadre, les chiffres plus qu'encourageant des pays subsahariens nous poussent à creuser la question de la motivation de la femme marocaine, puisque c'est un moyen excellent pour l'encourager à ce lancer dans des activités entrepreneuriales.

L'étude exploratoire que nous avons menée nous a permis de déceler les variables existantes dans le cadre bien particulier du Maroc, et d'y ajouter des variables qu'il serait intéressant d'étudier dans le cas de la femme marocaine. Ce travail constituera une matière première à un modèle conceptuel et à la création d'un questionnaire qui permettra de mesurer l'impact du niveau d'études sur les différents items afin de mieux cerner la dynamique motivationnelle de l'entrepreneuriat féminin au Maroc.

## Bibliographie

Adams J. (1963), "Towards an Understanding of Inequality", *Journal of Abnormal and Normal Social Psychology*, Vol. 67, p. 422-436.

Belcourt, (1991) Belcourt, M. Burke, J. Hélène Lee-Gosselin " Une cage de verre : les entrepreneures au Canada" CCCSF, Ottawa 1991,101 p.

Bradley D., Roberts J. (2005), "Is Low Job Satisfaction a Cause of Self-Employment Entrance? A Survival Analysis Using Data from the British Household Panel Survey", working paper, East Carolina University, Greenville, North Carolina.

Carsrud A., Brannback M. (2011), "Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know?" *Journal of Small Business Management*, Vol. 49, n° 1, p. 9-26.

Census, (2007), Characteristics of Business Owners Survey, Report of the US Census Bureau 2007, <http://www.census.gov>.

CWBR, (2005), “The Economic Impact of Women-Owned Businesses In the United States”, Report of Center for Women’s Business Research, 2005.

Eurostat, (2010), Enquête sur les forces de travail, les organisations couvertes sont les sociétés et petites entreprises et les postes couverts les dirigeants, directeurs et gérants, Eurostat, 2010.

Fiducial, (2006), “Rapport de l’Observatoire Fiducial de l’entrepreneuriat féminin”, janvier 2006, <http://www.fiducial.fr/>

Filion, L.J, (1988), The strategy of successful entrepreneurs in small business : Vision, Relationships and anticipatory learning, Thèse de doctorat, University de Lancaster, Grande-Bretagne (UMI 8919064)

Gartner W., Bird B., Starr J. (1992), “Acting As If: Differentiating Entrepreneurial from Organizational behavior”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, spring, p. 13-31.

Gabarret I. et Vedel B. (2015), “Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale”, *Revue des Sciences de Gestion*, 2015. hal-01891934

Grilo I., Thurik R. (2004), “Determinants of Entrepreneurship in Europe”, Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy 2004-30, Max Planck Institute of Economics, Entrepreneurship, Growth and Public Policy Group, July.

GTEM, (1997), GROUPE DE TRAVAIL SUR L’ENTREPRENEURIAT FÉMININ. Entreprendre au féminin, Québec, 1997, 40 pages.

Kirkwood J., Campbell-Hunt C. (2007), “Using Multiple Paradigm Research Methodologies to Gain New Insights into Entrepreneurial Motivations”, *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 15, n° 3, p. 219- 241.

Lavoie, D (1988), Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, février 1988, 64 p.

Maslow A. (1954), *Motivation and Personality*, Harper & Row Publishers Inc.

Olson P., Bosserman D. (1984), “Attributes of the Entrepreneurial Type”, *Business Horizons*, Mai-June, p. 53-56.

Reynolds P., Bygrave W., Autio E., Cox L., Hay M. (2002), “Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report”, Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, and London Business School.

Shane S., Locke E., Collins C. (2003), “Entrepreneurial Motivation”, *Human Resource Management Review*, Vol. 13, p. 257-279.

Tounes A., Fayolle A. (2006), « L’odyssée d’un concept et les multiples figures de l’entrepreneur », *La Revue des Sciences de Gestion*, n° 220-221, p. 17-30.