

## **Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA: un cadre conceptuel**

## **The determinants of women's entrepreneurship in the MENA region: a conceptual framework**

**TOUISSATE Hind**

Doctorante

Ecole Nationale De Commerce Et De Gestion, ENCG

Université IBN TOFAIL de Kénitra

Equipe de recherche « Etudes et Décisions Stratégiques, EDS »

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestion des Organisations, LRSGO

Maroc

**hind.touissate@uit.ac.ma**

**AZDIMOUSA Hassan**

Enseignant chercheur

Ecole Nationale De Commerce Et De Gestion, ENCG

Université IBN TOFAIL de Kénitra

Equipe de recherche « Etudes et Décisions Stratégiques, EDS »

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestion des Organisations, LRSGO

Maroc

**hassan.azdimousa@uit.ac.ma**

**Date de soumission** : 05/04/2021

**Date d'acceptation** : 03/06/2021

**Pour citer cet article** :

TOUISSATE H. et AZDIMOUSA H. (2021) «Les déterminants De L'entrepreneuriat Féminin Dans La Région MENA: un cadre conceptuel», Revue Internationale du Chercheur «Volume 2 : Numéro 2» pp : 1093 - 1111

## Résumé

Les femmes sont une force motrice pour la croissance économique et sociale du monde. Cependant, les recherches suggèrent que les femmes sont moins portées vers l'entrepreneuriat par rapport à leurs homologues masculins. En dépit de leur dynamisme, les femmes ont un accès inégal aux emplois et aux postes de direction. De plus, l'entrepreneuriat féminin reste une ressource inexploitée majeure. L'objectif de cet article est donc de présenter un cadre conceptuel permettant d'explorer les facteurs qui encouragent ou entravent les activités entrepreneuriales des femmes de la région MENA.

**Mots clés :** Entrepreneuriat; Entrepreneuriat féminin; Région MENA; Modèle conceptuel ; Modèle de Krueger.

## Abstract

Women are a driving force for the economic and social growth of the world. However, research suggests that they are less inclined towards entrepreneurship compared to their male counterparts. Despite their dynamism, women have unequal access to jobs and leadership positions. In addition, female entrepreneurship remains a major untapped resource. The aim of this article is to present a conceptual framework for exploring the factors that encourage or hinder the entrepreneurial activities of women in the MENA region.

**Keywords :** Entrepreneurship; Women entrepreneurship; MENA region; Conceptual model; Krueger's model.

## Introduction

Malgré la croissance de la recherche sur l'entrepreneuriat dans la région MENA, l'étude de certains facteurs fait défaut (Bastian, Sidani, El Amine, 2018). Une analyse de 271 études publiées par le Global Entrepreneurship Monitor entre 2009 et 2019 identifie 9 grandes catégories de recherche, dans lesquelles 30 thèmes ont attiré une attention académique significative (GEM, 2010). L'entrepreneuriat féminin et le genre, l'entrepreneuriat des jeunes et le comportement et l'orientation de l'entrepreneuriat sont les trois catégories clés qui influencent les perspectives sur l'entrepreneuriat dans la région MENA.

Cependant, ces recherches n'offrent qu'une vue géographiquement concentrée des défis à relever; surtout qu'il y a un manque de compréhension des facteurs macroscopiques encourageant les femmes à entreprendre dans ces pays. Cette étude aborde donc l'écart à deux égards. Premièrement, elle identifie les principales contraintes auxquelles sont confrontées les femmes entrepreneures dans les pays de la région MENA. Deuxièmement, elle offre un cadre conceptuel pour mettre en évidence les facteurs qui font que l'entrepreneuriat est relativement difficile pour les femmes par rapport à leurs homologues masculins. Il se propose ainsi d'apporter quelques lumières sur les caractéristiques et les défis auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures en se basant sur des articles et des revues issus de la recherche internationale et régionale ou encore de rapports de différentes organisations publiés portant sur la question.

L'entrepreneuriat féminin est particulièrement difficile dans les pays en développement car les femmes manquent d'opportunités, ont des ressources limitées et font face à des défis uniques (Verheul et al., 2006). De plus, malgré que la région MENA a fait des progrès vers la maturité, l'inégalité entre les sexes prévaut. En effet, le rapport sur l'entrepreneuriat des femmes du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018/2019 indique que les pays de la région MENA présentent les inégalités entre les sexes les plus élevées au monde: la région a comblé 60% de son écart entre les sexes mais souffre toujours d'un écart de 40%.

Pourtant, en dépit de cet écart entre les sexes, le même rapport montre que les femmes sont de plus en plus confiantes à démarrer leur propre entreprise et indique que le taux le plus élevé d'intentions entrepreneuriales des femmes a été signalé dans la région MENA à 36,6%, faisant référence à une tendance claire des jeunes femmes à fonder des entreprises dans leurs pays respectifs. En outre, la région affiche la plus forte augmentation des motivations des femmes à l'esprit d'entreprise, soit 35%.

Considérant l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme levier économique dans la région MENA, il importe de connaître davantage la nature des obstacles vécus par ces femmes entrepreneures et d'approfondir les connaissances reliées aux stratégies qu'elles ont développées face à ces problématiques afin de proposer des outils pour les contrer.

Notre étude se propose de donner un éclairage sur les obstacles auxquels font face les femmes entrepreneures. Pour ce faire, nous poserons un certain nombre de questions et d'hypothèses auxquelles nous essaierons de répondre: (1) Est-ce que les femmes entrepreneures de la région MENA font face aux mêmes problématiques que celles recensées dans la littérature? (2) Ont-elles des problématiques liées aux particularités de la région MENA? (3) Quelles sont les solutions adoptées par les femmes entrepreneures de la région MENA pour contrer les problématiques rencontrées?

Ainsi, la question générale de notre recherche se traduit comme suit: Quels sont les facteurs qui affectent les femmes entrepreneures de la région MENA et quelles sont les solutions adoptées aux différents problèmes auxquels elles font face?

Cette question a fait l'objet de nombreuses études à l'échelle internationale comme peut l'indiquer le chantier de recherche portant sur le recensement de la littérature sur les femmes entrepreneures « Women Entrepreneurs: Moving Front and Center : An Overview of Research and Theory» (Greene, Hart, Gatewood, Brush et Carter, 2003).

Afin de répondre à cette problématique, nous allons dans un premier temps étudier la théorie à l'aide d'une revue de littérature. Dans un second temps, nous allons présenter le cadre conceptuel qui nous permettra d'explorer les facteurs qui encouragent ou entravent les activités entrepreneuriales des femmes de la région MENA.

### **1. Le cadre théorique et les hypothèses de recherche**

Dans la région MENA, les diverses connaissances sur le sujet ne permettent pas de faire le point sur la situation actuelle de la femme entrepreneure rendant ainsi difficile l'élaboration de solutions et leur mise en place afin d'aider les entreprises.

A la lecture des contributions d'auteurs consacrées à l'entrepreneuriat féminin, il apparaît que la littérature propose des analyses divergentes, contenant plusieurs perspectives d'approches et abordant une grande variété de problématiques. En effet, les difficultés se catégorisent en cinq grandes problématiques: l'accès au capital, la performance des entreprises, le réseautage, la formation et la conciliation travail-famille. Ces défis concernent plusieurs pays et sont vécus par une panoplie de femmes entrepreneures.

### **1.1. L'accès au capital**

Selon les études de Riding et Swift (1990) et Orhan (2001), les conditions de prêts octroyés aux femmes entrepreneures par les différentes institutions financières sont désavantageuses en comparaison avec celles des hommes entrepreneurs. L'enquête de Lafortune et St-Cyr (2000) analyse en détail la nature de ce mécontentement; selon leur étude, 67% des femmes entrepreneures mentionnent avoir fait face à des problèmes lors de transactions financières avec leur institution bancaire: Refus de financement, un financement moins élevé que désiré, des conditions de financement générales trop strictes ou un endossement obligatoire par le conjoint. De plus, des facteurs comme la taille, le secteur d'activité et le statut juridique de l'entreprise pourraient engendrer des problèmes d'accès au capital (Riding et Swift, 1990; Orhan, 2001; St-Cyr et al. , 2002).

Deux thèses sont donc capables d'expliquer l'existence de la problématique d'accès au capital des femmes entrepreneures: La condition féminine et le profil de l'entreprise.

**Hypothèse 1: Les difficultés d'accès aux financements et les politiques publiques auraient un effet négatif sur le succès des femmes entrepreneures**

### **1.2. La performance**

La performance des entreprises gérées par des femmes entrepreneures a fait l'objet de différentes recherches. La recension des écrits démontre un intérêt particulier pour l'étude comparative entre la performance des entreprises des femmes entrepreneures et celle des entreprises de leurs homologues masculins (Watson et Robinson, 2003; Robichaud, McGraw et Roger, 2005).

Ces recherches donnent des résultats divergents. Pour certains, il n'existe aucune différence entre la performance des entreprises détenues par des femmes entrepreneures et celles détenues par des hommes entrepreneurs. Pour d'autres, les résultats concluent que les entreprises des hommes performant davantage que celles des femmes, et ce, que ce soit au niveau de la croissance des ventes, du chiffre d'affaires ou du nombre d'employés (Carter, Williams et Reynolds, 1997; Watson et Robinson, 2003; Robichaud, McGraw et Roger, 2005). Selon ces derniers, la femme entrepreneure a des objectifs économiques moins élevés que ceux de son homologue masculin, créant ainsi des entreprises plus petites et une expansion moins rapide. Enfin, Brush et Hisrich (1991) prouvent sur la base d'un échantillon exclusivement féminin, que la performance des entreprises féminines est positive lorsqu'elles détiennent une expérience dans le domaine de leur activité.

## **Hypothèse 2: L'expérience dans le domaine d'activité de l'entreprise aurait un effet positif sur le succès de la femme entrepreneure**

### **1.3. La formation**

Birley (1987) considère que les femmes et les hommes entrepreneurs ont une expérience et des connaissances similaires, et ce, principalement lors du démarrage de leur entreprise. Cependant, Lee et Rogoff (1997) admettent que les femmes entrepreneures ont moins de connaissances et moins d'expérience en matière de gestion.

Considérant que les besoins de formation des femmes entrepreneures sont différents de ceux de leurs homologues masculins, deux pistes de solutions sont proposées dans la littérature, (1) Un modèle de formation de gestion spécifique pour les femmes entrepreneures, (2) Un programme de mentorat dédié à soutenir la femme entrepreneure tout au long du développement de son entreprise (Carter, 2000).

## **Hypothèse 3: Les formations auraient une influence positive sur le succès des femmes entrepreneures**

### **1.4. Accès au réseautage**

La difficulté d'intégration dans les réseaux d'affaires a fait l'objet d'études comparatives entre les femmes entrepreneures et leurs homologues masculins (Cromie et Birley, 1992; Katz et Williams, 1988). Cependant, les résultats de ces études sont contradictoires (Fenwick, 2003). Aucune différence entre les réseaux d'hommes et de femmes entrepreneurs n'est mentionnée dans l'étude Cromie et Birley (1992).

Cependant, les autres recherches comparatives notent de part et d'autre plusieurs différences au niveau du profil des réseaux, des raisons d'adhésion à ces derniers et des fréquences de réseautage. Le profil des réseaux de femmes entrepreneures sont petits et majoritairement composés de femmes selon Aldrich, Reese et Dubini (1989). Ainsi, ces réseaux tendent à être plus homogènes que ceux des hommes entrepreneurs. Contrairement à leurs homologues masculins, les femmes entrepreneures s'associent à un réseau pour des raisons tant professionnelles que personnelles. De plus, le réseau des femmes entrepreneures serait intimement lié à l'environnement, la taille et la mission de l'entreprise (Fenwick, 2003).

## **Hypothèse 4: Les réseaux entrepreneuriaux affecteraient positivement le succès de la femme entrepreneure**

### **1.5. Conciliation famille-travail**

Brush (1992) explique que les entrepreneures féminines tendent à développer un réseau confondu de relations familiales, sociales et professionnelles afin d'avoir une perspective

intégrée de leur environnement. Buttner (2001) remarque aussi que les entrepreneures harmonisent leurs différentes relations à travers la structure organisationnelle de leurs entreprises. L'auteur compare également l'entreprise des femmes entrepreneures à leur nid familial et souligne aussi la contribution de leurs habiletés relationnelles à travers toute la gestion de leurs entreprises. Les femmes entrepreneures ont clairement une difficulté à trouver un équilibre entre leur vie personnelle et professionnelle.

Schindehutte, Morris et Brennan (2003) pensent quant à eux que l'entreprise d'une femme entrepreneure affecte sa vie familiale négativement. D'autres auteurs ajoutent que la problématique de la conciliation famille-travail tend à s'intensifier, lorsque les responsabilités professionnelles augmentent. Kirkwood et Tootell (2008) révèlent que l'entrepreneuriat n'avantage en aucun cas la conciliation famille-travail.

### **Hypothèse 5: Les membres du réseau familial affecteraient le succès de la femme entrepreneure**

#### **2. L'entrepreneuriat féminin dans la région MENA**

La région MENA présente le plus grand écart hommes-femmes au monde en termes d'activité entrepreneuriale en phase de démarrage (OCDE, 2020). Les recherches ont montré que les femmes entrepreneures des sociétés conservatrices et patriarcales du monde arabe sont confrontées à plus de défis et d'obstacles que leurs homologues masculins (Al-Dajani et Marlow, 2010; Al Gharaibeh 2011; Caputo, Mehtap, Pellegrini et Al-Refai, 2016; Hattab, 2012; Jamali, 2009; Verme, 2014).

Les données comparatives sur l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA proviennent de trois sources principales. La première source est le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) qui se concentre sur les activités entrepreneuriales et les attitudes des individus, ne porte pas beaucoup d'attention à la nature de leurs entreprises et ne comprend aucune restriction relative à la taille ou au statut juridique des entreprises. Alors que les hommes sont plus susceptibles que les femmes de se lancer dans un projet d'entreprise dans toutes les régions du monde (GEM, 2012), l'écart entre les deux est particulièrement grand dans la région MENA. La deuxième source statistique est l'enquête de l'OCDE menée entre 2017 et 2019 sur les entreprises mettant l'accent sur la performance économique et les obstacles à la croissance. L'étude est composée de 24 cas et a pour objectif l'analyse des réformes législatives, institutionnelles et politiques visant l'émancipation économique des femmes. Selon cette source, sur le plan international, la région MENA dispose d'une exceptionnelle petite proportion d'entreprises formelles détenues ou gérées par des femmes. La troisième source est la recherche réalisée par les chercheurs et

publiée en tant qu'articles scientifiques.

Selon le rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), les femmes de la région MENA sont deux fois moins susceptibles que leurs homologues masculins d'exercer une activité entrepreneuriale en phase de démarrage.

Malgré les innombrables mesures prises pour stimuler l'entrepreneuriat féminin en facilitant l'accès à l'information, aux services financiers, aux marchés, aux possibilités d'investissement, aux terres et aux biens, le taux d'activité des femmes dans les pays de la région MENA reste parmi les plus bas au monde (OCDE, 2020). Les femmes de la région MENA sont donc moins susceptibles de diriger leur propre entreprise que leurs homologues masculins.

L'intérêt récent des chercheurs pour l'entrepreneuriat féminin a également suscité un certain nombre d'études concentrées majoritairement sur l'identification des caractéristiques entrepreneuriales de la région MENA et les défis rencontrés par ces femmes (Al-Dajani et Marlow, 2010; Caputo, Mehtap, Pellegrini et Al- Refai, 2016; Goby et Eroglu, 2011; Hattab, 2012; Itani et al., 2011; Jamali, 2009; Mehtap, 2014; Welsh, Memili, Kaciak et Al Sadoon, 2014, Louizi K. & al, 2020).

La région MENA, plus que d'autres régions, est confrontée à des obstacles spécifiques empêchant les femmes d'interagir dans la sphère publique et d'accéder à des ressources vitales. Cela pose des contraintes qui doivent être abordées avec des mesures spécifiques en matière d'accès à la technologie, au financement et à l'accès à l'information, ce qui est une nécessité dans un monde globalisé (Sarfaraz et al, 2014). Voici quelques-uns des principaux obstacles et contraintes identifiés pour empêcher les femmes entrepreneures d'entrer dans le courant économique dominant:

- Accès aux services et ressources financières: Les résultats de l'indice des institutions sociales et égalité femme-homme (SIGI, Social Institution and Gender Index) de l'OCDE indiquent que les femmes d'Afrique du Nord sont confrontées à des niveaux de discrimination dans l'accès au financement: 45% contre une moyenne mondiale de 27%.
- Obstacles spécifiques au genre: Bien que les pays de la région MENA aient déployé des efforts considérables pour réduire l'écart entre les sexes, il reste encore beaucoup à faire pour améliorer le bien-être social des femmes dans la région.
- Normes culturelles.
- Droit civil: Les lois en vigueur tendent à appliquer certaines coutumes et normes sociales et, ce faisant, institutionnalisent et légitiment certains comportements.



Cependant, le soutien à l'égalité des droits au divorce est passé de 66% à 71% depuis 2010 pour l'ensemble des pays de la région MENA.

- Obstacles dans l'environnement des affaires: Une forte ségrégation professionnelle compromet la participation des femmes de la région MENA au marché du travail et leur choix de carrière. En outre, les écarts de rémunérations entre femmes et hommes peuvent décourager les femmes à se lancer dans des domaines dominés par les hommes.
- Manque de recherche et de données pour proposer une stratégie de plaidoyer efficace: Les gouvernements de la région MENA ont fourni beaucoup d'efforts pour collecter et analyser des données liées à l'entrepreneuriat féminin, mais plusieurs lacunes persistent notamment sur l'économie informelle.

Les femmes entrepreneures de l'échantillon de l'étude établie par l'ONUDI (Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel) en 2017 estiment qu'il est plus difficile d'être prise au sérieux et d'accéder au financement lorsqu'on est une femme dans la région MENA. En effet, avoir à gérer des employés masculins, trouver un équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, traiter efficacement avec l'administration constituent également des difficultés propres aux femmes (ONUDI, 2017, p.38).

Comme dans plusieurs régions à travers le monde, les femmes de la région MENA assument la plus grande partie du travail domestique non rémunéré ce qui affecte et limite leur participation à la vie économique. De plus, les dispositions discriminatoires en matière de mariage et de divorce, de prise de décision familiale, de priorité et d'héritage freinent l'autonomisation économique des femmes.

Driouch et Gamar (2014) ont mené une étude empirique qui compare les pays de la région MENA et les pays de l'Europe de l'Est en matière d'entrepreneuriat. Ils ont montré que les pays de la région MENA ont besoin d'augmenter leur niveau de performance en termes de création d'entreprise. Les pays de l'Europe de l'Est affichent globalement une performance plus importante mais les pays de la région MENA, par exemple, les pays du Golfe, assurent de meilleures conditions pour le développement des entreprises.

Selon la même étude, il existe une grande différence de perceptions des compétences entrepreneuriales selon le sexe dans les différents pays de la région MENA. En Egypte, les femmes perçoivent que leurs compétences sont moins bonnes que celles des hommes, à l'exception de la prise de décision, alors qu'en Tunisie les femmes jugent leurs compétences entrepreneuriales comme meilleures que celles des hommes pour l'ensemble des éléments à l'exception de leurs capacités à se rémunérer.

Cependant, il est assez difficile de faire des généralisations dans la région MENA car la région comprend des économies pétrolières très riches, une population relativement petite et une grande population d'expatriés comme le Koweït, la Libye, Oman, le Qatar, l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis; des économies pétrolières mixtes telles que l'Algérie, l'Égypte, la Tunisie, le Yémen et la Syrie et des économies non pétrolières comme la Jordanie, le Maroc, la Palestine et la Tunisie. Cela complique encore les tentatives d'expliquer les variations dans les aspects de caractère et de genre de l'emploi et de l'entrepreneuriat.

Chaque pays du monde arabe est donc confronté à des contraintes et des barrières à l'entrepreneuriat féminin dans différents contextes. Le profil des barrières pour chaque nation est façonné par l'interdépendance des facteurs intrinsèques et extrinsèques propres à chaque pays. Certaines études ont attribué les faibles taux de participation des femmes au marché du travail dans les pays exportateurs de pétrole de la région MENA.

Ross (2008) soutient que la production pétrolière «réduit le nombre de femmes dans la population active, ce qui à son tour réduit leur influence politique». Les pays riches en pétrole ont tendance à avoir des secteurs privés peu diversifiés caractérisés par un emploi à prédominance masculine et de grands secteurs publics. Par conséquent, les opportunités d'emploi pour les femmes sont souvent fortement concentrées dans le secteur public.

Le pétrole est une source importante de revenus pour certains pays de la région MENA, en particulier les pays du CCG, et qui a définitivement limité la croissance des secteurs non pétroliers. Néanmoins, il est à noter que de nombreux pays de la région sont des importateurs nets de pétrole mais ont toujours des taux de participation des femmes à la main-d'œuvre aussi bas que ceux des pays de la région MENA riches en pétrole. Mais, il est à noter que les producteurs de pétrole en dehors de la région MENA, comme la Norvège et la Fédération de Russie, affichent des taux plus élevés de participation des femmes au marché du travail.

### **3. Le modèle conceptuel**

Afin d'expliquer le phénomène de la création d'entreprise, plusieurs théories en entrepreneuriat ont été élaborées comme les théories de l'approche par les traits de la personnalité, l'approche démographique, l'approche environnementale et l'approche interactionniste (Emin, 2004).

Nous nous sommes inspiré des modèles de base d'intention entrepreneuriale tels que la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale, le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (1975) et le modèle conceptuel de Hayton, Georges et Zahara (2002) qui associe culture nationale, entrepreneuriat et les caractéristiques de l'entrepreneure afin de

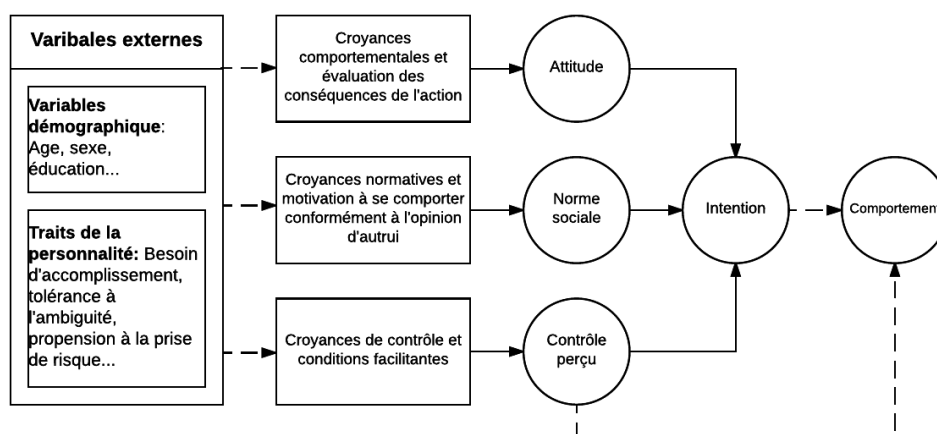
mettre en place un nouveau modèle entrepreneurial spécifique aux femmes entrepreneures de la région MENA.

Notre cadre théorique se base donc sur ces deux modèles distincts, à savoir la psychologie sociale et l'entrepreneuriat, et ce à travers la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) et le modèle de Krueger (1993) repris du modèle de Shapero (1975). Nous commencerons d'abord par les présenter succinctement et nous précisons par la suite la modélisation retenue.

### 3.1. Les modèles d'intention issus de la psychologie sociale

Ajzen et Fishbein (1980), en psychologie sociale, ont développé un modèle théorique qui retrace la nature du processus sous-jacent aux comportements intentionnels et la théorie de l'action raisonnée. Ajzen (1985, 1987, 1991) a approfondi ce modèle par la suite en utilisant la théorie du comportement planifié. Le but ultime de ces deux théories est de prédire et comprendre les comportements individuels. La théorie du comportement planifié dans la figure 1 comprend trois niveaux d'analyse.

**Figure 1. Modèle de la théorie du comportement planifié**



**Source: Le modèle de la théorie du comportement planifié, selon Ajzen (2012)**

Le comportement est, tout d'abord, déterminé par l'intention. La théorie stipule que l'intention d'une personne de se comporter d'une certaine façon est un déterminant immédiat de l'action. C'est le fondement même des modèles d'intention. Néanmoins, à cause des problèmes de contrôlabilité de l'action, la théorie propose que le comportement soit non prédit à partir des intentions et aussi de l'aptitude à contrôler le processus menant à sa réalisation effective. La théorie du comportement planifié d'Ajzen est une extension de la théorie de l'action raisonnée dans laquelle une variable complémentaire a été ajoutée: le contrôle perçu.

L'intention est ensuite déterminée à travers l'attitude personnelle envers ce comportement, la norme sociale perçue et le contrôle qui peut avoir un impact sur la réalisation de l'acte. L'attitude fait référence au degré d'évaluation (favorable ou défavorable) qu'une personne a du comportement en question. La norme sociale perçue est notre perception de ce que les gens que nous jugeons importants pensent de la réalisation du comportement cible. Le contrôle perçu représente la perception de l'individu quant à la facilité ou la difficulté à réaliser un comportement spécifique.

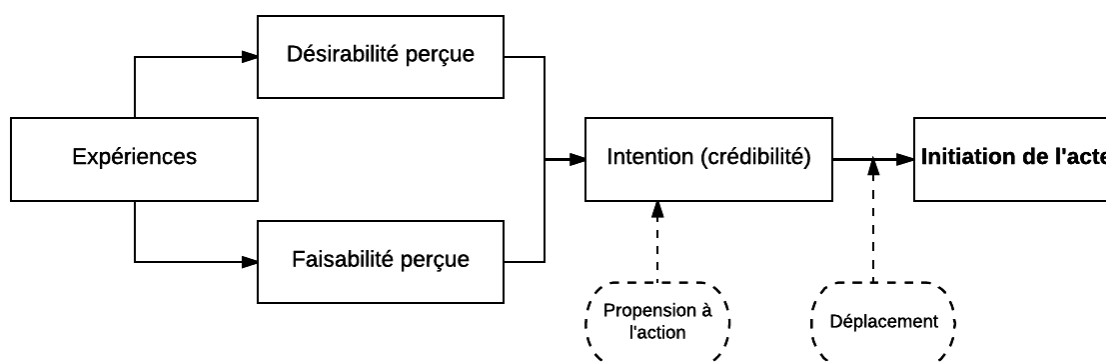
Ces trois variables sont expliquées en termes de croyances qui représentent l'information (vraie ou fausse) que nous avons sur le monde. Les variables externes au modèle, comme les traits de la personnalité, n'influencent les intentions que dans la mesure où ils affectent ces croyances et jouent indirectement sur les intentions et le comportement à travers des attitudes (Ajzen, 1987).

### 3.2. Le modèle de shapero

Le modèle de Shapero (1975, Shapero et Sokol, 1982) a pour objectif d'expliquer l'événement entrepreneurial, c'est-à-dire étudier les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat plutôt que d'une voie de travail traditionnelle.

Le modèle proposé par Shapero ne traite pas explicitement de l'intention de création d'une entreprise. C'est Krueger qui propose en 1993 une modélisation de la formation de l'événement entrepreneurial en intégrant le concept d'intention. Elle est représentée dans la figure 2. Dans ce modèle, les créateurs doivent tout d'abord percevoir la création comme une action crédible, puis être incités à se lancer effectivement; la crédibilité repose sur leur perception de la faisabilité, du degré de désirabilité et sur la propension à l'action qui a un effet modérateur. Ainsi, si l'on fait exception de la propension à l'action, la création d'une entreprise s'explique par deux éléments: La désirabilité et la faisabilité de l'acte.

**Figure 2. Modèle de Shapero d'après Krueger**



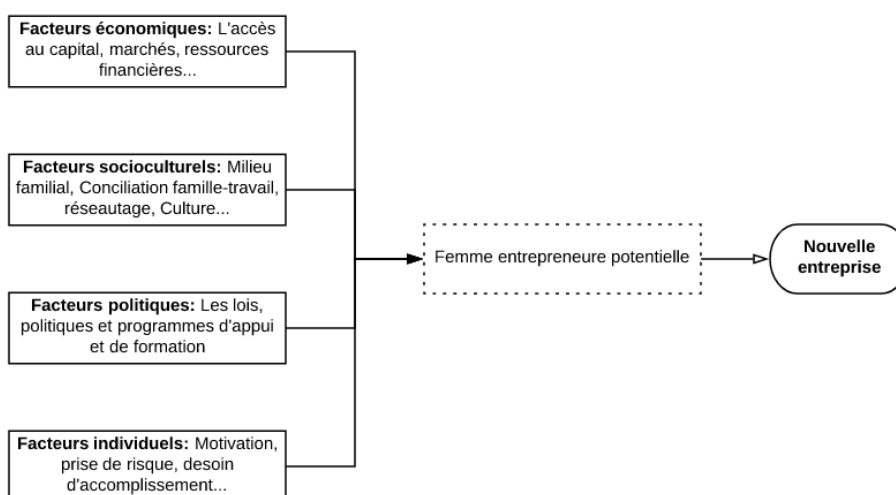
Source: Le modèle de Shapero, selon Krueger (1993)

Le modèle de Shapero de 1975 est le modèle conceptuel le plus connu évoquant les facteurs pouvant expliquer le phénomène de création d'entreprises. Pour lui, l'événement entrepreneurial est un phénomène multidimensionnel qui associe les caractéristiques psychologiques du créateur (propension à l'action) et l'incidence des facteurs contextuels issus de l'environnement culturel, politique, économique et social.

Dans notre modèle factoriel (voir figure 2), inspiré du modèle d'origine de Shapero (1975), quatre principales variables agissent sur la femme entrepreneure à travers la région MENA. L'entrepreneure potentielle, avec son niveau de capital humain, social et financier, est fortement influencée dans son processus de création par des facteurs économiques, socioculturels, politiques et individuels.

L'adaptation de ce modèle dans notre étude a pour principal objectif de montrer l'impact de l'environnement socioculturel sur les caractéristiques psychologiques et les pratiques managériales des femmes dans la région MENA. L'approche par la culture de l'entrepreneuriat féminin est de nature anthropologique car elle englobe les recherches relatives à l'entrepreneure dans son groupe social. Cette approche s'attache surtout à la culture du groupe social au travers de ses rites, ses normes de comportement et ses traditions.

**Figure 3: Modèle factoriel des femmes entrepreneures de la région MENA**



Les femmes de la région MENA n'échappent pas aux normes sociétales liées à la culture. Elles forment souvent des groupes d'entraide basés sur l'appartenance à un même lignage, un même quartier ou un groupe de tontine. Ces groupes sont souvent ancrés sur des valeurs culturelles où le rôle de la femme reste primordial et demande de plus en plus de moyens financiers. Ces

groupes peuvent évoluer pour devenir des groupements d'intérêt économique et avoir des activités lucratives.

### **Conclusion**

Dans les pays de la région MENA, les femmes entrepreneures sont moins nombreuses que les hommes et les entreprises détenues par des femmes enregistrent généralement des bénéfices plus faibles.

Notre recherche a pour objectif de fournir des informations sur les raisons d'être de ces constats qui incitent les femmes à créer une entreprise et met en lumière les compétences qu'elles apportent dans leur environnement de travail. De plus, elle s'intéresse aux politiques qui soutiennent les femmes entrepreneures dans les micro et petites entreprises afin de les faire sortir de l'illégalité et satisfaire leurs différents besoins.

Cette étude est importante car elle se concentre sur l'identification des défis auxquels sont confrontés les femmes entrepreneures de la région MENA et les facteurs qui limitent leur implication dans les activités commerciales. Cette région est un domaine peu étudié en termes de développement économique, notamment en ce qui concerne la contribution économique des femmes. Notre recherche présente donc une étude de cas régionale qui peut avoir de l'importance pour les études du rôle et de la contribution économique des femmes dans le contexte du Nord d'Afrique et Moyen-Orient et des régions environnantes.

En outre, cette recherche sera également précieuse pour les praticiens, notamment les femmes entrepreneures, en leur fournissant des recommandations pratiques pour accéder aux ressources et au soutien disponible, en améliorant leur connaissance des types de mécanismes d'adaptation qui peuvent éliminer les obstacles entravant leur participation aux activités commerciales et en les encourageant à tirer le meilleur parti de leur potentiel et contribuer positivement à leurs économies.

Cette étude peut aussi aider à développer les compétences des femmes entrepreneures, en améliorant leur capacité à s'impliquer dans des activités commerciales et ce à travers la détermination des stratégies qui permettent de surmonter les contraintes culturelles, juridiques, financières, de formation et d'éducation et celles liées à l'interface travail-famille..

Sans oublier que l'une des limites de cette étude tient au fait que la littérature sur l'entrepreneuriat féminin dans les pays de la région MENA est limitée. Il est donc difficile de comparer les résultats de la recherche avec des publications similaires dans le même contexte.



Etant donné que l'engagement des femmes entrepreneures offre de nouvelles perspectives de développement économique, plus d'initiatives doivent être encouragées à travers l'établissement de plans nationaux d'accompagnement pour toute femme ayant la motivation d'entreprendre. Des programmes d'investissement doivent être proposés à leur profit et plus de politiques sociales doivent éliminer les aspects discriminatoires qui peuvent limiter leur participation à l'économie, et ce afin de leur offrir une égalité des chances.

De nouveaux axes de recherches peuvent ainsi être proposés pour étudier les spécificités de l'innovation entrepreneuriale des femmes de la région MENA afin d'améliorer notre compréhension de ce domaine de recherche et d'élargir la portée des résultats en direction des professionnels et des preneurs de décisions politiques.



## BIBLIOGRAPHIE

**AL-DAJANI, H. & MARLOW, S. (2013)**, “Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 19 No. 5, pp. 503-524.

**AL GHARAIBEH, F. (2011)**, “Women’s empowerment in Bahrain”, *Journal of International Women*, Vol. 12 No. 3, pp. 96-113.

**AJZEN, I. ET FISHBEIN M. (1980)**, “Understanding Attitudes and Predicting Behavior”, Englewoods Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

**AJZEN, I. (1985)**, “From intentions to actions: A theory of planned behavior, in Action control: From cognition to behavior”, Kuhl, J. & J. Beckmann, Heidelberg: Springer-Verlag, pp. 11-39.

**AJZEN, I. (1987)**, "Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology", *Advances in experimental social psychology*, vol. 20, pp. 2-63.

**AJZEN, I. (1991)**, “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, pp. 179-211

**ALDRICH, H., REESE, P. R. ET DUBINI, P. (1989)**, “Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the United States”, *Entrepreneurship and Regional Development*, pp. 339-356.

**BASTIAN, B.L., SIDANI, Y.M. AND EL AMINE, Y. (2018)**, "Women entrepreneurship in the Middle East and North Africa: A review of knowledge areas and research gaps", *Gender in Management*, Vol. 33 No. 1, pp. 14-29.

**BIRLEY (1987)**, “Do women entrepreneurs require different training?” *American Journal of Small Business*, Summer, pp. 27-35.

**BRUSH, C.G. (1992)**, “Research on women business owners: Past trends, a new perspectives and future directions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, pp. 5-30.

**BRUSH, C.G., ET HISRICH, R.D. (1991)**, “Antecedent influences on women-owned businesses”, *Journal of Managerial Psychology*, 6, pp. 9-16.

**BUTTNER, E.H. (2001)**, “Examining Female Entrepreneurs' Management Style: An Application of Relational Frame”, *Journal of Business Ethics*, 29, pp. 253-269

**CARTER, N. M., WILLIAMS, M. ET REYNOLDS, P. D. (1997)**, “Discontinuance among new firms in retail: The influence of initial resources, strategy and gender”, *Journal of Business Venturing*.

**CARTER, S. (2000)**, “Improving the numbers and performance of women-owned businesses:



Some implications for training and advisory services”, *Education and Training*, 42, pp. 326-333.

**CAPUTO A., MEHTAP S., PELLEGRINI M.M. & AL-REFAI R. (2016)**, “Supporting Opportunities For Female Entrepreneurs In Jordan”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 27, No 2/3, pp. 384-409.

**CROMIE, S. ET BIRLEY, S. J. (1992)**, “Networking by female business owners in Northern Ireland”, *Journal of Business Venturing*, 7, pp. 237-251.

**DRIOUCH A., GAMAR A. (2014)**, “Hofstede’s Cultural Indicators, Knowledge Economy and Entrepreneurship in Arab Countries”, Paper No. 58731, Munich Personal RePEc Archive.

**EMIN S. (2004)**, "Les facteurs déterminants: La création d’entreprises par les chercheurs publics: Application des modèles d’intention”, *Revue de l’Entrepreneuriat*, Vol 3, N°1, pp.6- 19.

**FENWICK, T. (2003)**, “Women Entrepreneurs: A Critical Review of the Literature”, Université de l’Alberta Edmonton, pp. 1-18.

**GEM (2010)**, “Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor” - GEM MOAN (Moyen Orient et Afrique du Nord) », Canada, Décembre 2010.

**GREENE, P.G., HART, M.M. , GATEWOOD, E.L., BRUSH, C.G., CARTER, N.M. (2003)**, “Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory”, *Université de St-Thomas*, pp. 47.

**GOBY, V.P. AND EROGUL, M.S. (2011)**, “Female entrepreneurship in the United Arab Emirates: legislative encouragements and cultural constraints”, *Women’s Studies International Forum*, Vol. 34 No. 4, pp. 329-334.

**HATTAB, H. (2012)**, “Towards understanding female entrepreneurship in Middle Eastern and North African countries: a cross-country comparison of female entrepreneurship”, *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 5 No. 3, pp. 171-186.

**HAYTON. J.J., GEORGE. G., ZAHRA. S.A. (2002)**, “National Culture and entrepreneurship: A Review of Behavioural Research”, *Entrepreneurship Theory Practice*, Vol.26, n°4, pp. 33- 52.

**ITANI, H., SIDANI, Y.M. AND BAALBAKI, I. (2011)**, “United Arab Emirates female entrepreneurs: motivations and frustrations”, *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, Vol. 30 No. 5, pp. 409-424.

**JAMALI, D. (2009)**, “Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries”, *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 24 No. 4, pp. 232-251.

**KATZ ET GARTNER W.B (1988)**, "Properties of Emerging Organizations", *Academy of Management Review*, vol. 13, n°3, pp. 429-441.



**KIRKWOOD, J. ET TOOTELL, B. (2008)**, “Is entrepreneurship the answer to achieving work family balance?” *Journal of Management and Organization*, 14, pp. 285.

**KRUEGER N. F. (1993)**, "The impact of Prior Entrepreneuriat Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability", *Entrepreneurship Theory & Practice*, pp. 5-20.

**LAFORTUNE, A., ST-CYR, (2000)**, “La perception de l’accès au financement des femmes entrepreneures, rapport d’expertise présenté au ministère de l’industrie et du commerce, 2000, 72 pages.

**LEE, M.S., ROGOFF, E. , G. (1997)**, “Do women entrepreneurs require special training? An empirical comparison of men and women entrepreneurs in the United States”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, pp. 4-29.

**LOUIZI K.& al. (2020)**, “Le rôle de l’entrepreneuriat social dans la création de l’emploi: étude comparative entre le Maroc, la Tunisie et l’Égypte”, *Revue Française d’Economie et de Gestion* «Volume 1: Numéro 6», pp: 207-226.

**MEHTAP, S. (2014b)**, “Barriers to entrepreneurship in Jordan: what do female business students think?”, 3rd Multidisciplinary Academic Conference on Economics, Management, Marketing and Tourism, Prague, April 25-26.

**OCDE (2020)**, Perspectives économiques de l'OCDE, Volume 2020 Numéro 2, OECD Publishing, Paris.

**ONUUDI (2017)**, Promouvoir l’autonomisation des femmes pour un Développement Industriel Inclusif et Durable dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord: Une étude sur l’entrepreneuriat féminin en Egypte, Jordanie, Liban, Maroc, Palestine et Tunisie. Rapport Technique de l’ONUUDI.

**ORHAN, M. ET SCOTT, D. (2001)**, “Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model”, *Women in Management Review*, 16, pp. 232-243.

**ROBICHAUD, Y., MCGRAW, E. ET 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*, 55, pp. 22-35.

**RIDING, ALLAN L. & SWIFT, CATHERINE S., (1990)**, "Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience," *Journal of Business Venturing, Elsevier*, Vol. 5(5), pp. 327-340.

**ROSS, M. L., (2008)**, “Oil, Islam, and Women.” *American Political Science Review*



**SARFARAZ, L., FAGHIIH, N., AND ASADI MAJD, A. (2014)**, “The relationship between women entrepreneurship and gender equality”, *The Journal of Global Entrepreneurship Research*

**SHAPERO, A. (1975)**, “The displaced, uncomfortable entrepreneur”, *Psychology Today*, Vol. 9, No. 6, pp. 83-88.

**SHAPERO A. ET SOKOL L. (1982)**, "The Social Dimension of Entrepreneurship, In: The Encyclopedia of Entrepreneurship", in C. A. Kent, D. L. Sexton et K.H. Vesper, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall.

**SCHINDEHUTTE, M., MORRIS, M. ET BRENNAN, C. (2003)**, Entrepreneurs and motherhood : Impacts on their children in South Africa and the United States, *Journal of Small Business Management*, 41, pp. 94-107.

**STEVENSON, LOIS, DAOUD, YOUSEF, SADEQ, TAREQ AND TARTIR, ALAA, GEM (2010)** Global entrepreneurship monitor: GEM-MENA regional report 2009 (Middle East and North Africa). International Development Research Centre, Cairo, Egypt.

**ST-CYR, (2002)**, “L’entrepreneuriat du secteur manufacturier québécois : caractéristiques et accès au financement”, 6eme CIFPME, HEC-montréal, octobre 2002.

**VERHEUL, I., STEL, A.V. AND THURIK, R. (2006)**, “Explaining female and male entrepreneurship at the country level”, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 18 No. 2, pp. 151-183.

**VERME, P. (2014)**, “Economic development and female labor participation in the Middle East and North Africa: a test of the u-shape hypothesis”, *World Bank Policy Research Working Paper* No. 6927, Vol. 1, Washington DC.

**WATSON, J. ET ROBINSON, S. (2003)**, “Adjusting for risk in comparing the performances of male- and female-controlled SMEs”, *Journal of Business Venturing*, 18, pp. 773-788.

**WELSH, D.H.B., KIM, G., MEMILI, E. AND KACIAK, E. (2014)**, “The influence of family moral support and personal problems on firm performance: the case of Korean women entrepreneurs”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 19 No. 3, pp. 445–465.

**XAVIER, S. R.; KELLY, D.; KEW, J.; HERRINGTON, M.; VORDERWÜLBECKE, A. (2012)**, Global Entrepreneurship Monitor GEM 2012, Global Report (<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2645>).