



WWJMRD 2020; 6(2): 63-76
www.wwjmr.com
International Journal
Peer Reviewed Journal
Refereed Journal
Indexed Journal
Impact Factor MJIF: 4.25
E-ISSN: 2454-6615

Valoua Fofana
Université Alassane Ouattara
(UAO)

Adou Paul Venance
Université Alassane Ouattara
(UAO)

et Camara Mariam
Centre Ivoirien de Recherches
Economiques et Sociales
(CIRES)

Correspondence:
Valoua Fofana
Université Alassane Ouattara
(UAO)

Dynamique Entrepreneuriale Des Femmes En Cote D'ivoire : Une Etude De Cas Des Femmes Chefs De Menage

Valoua Fofana, Adou Paul Venance, et Camara Mariam

Abstract

This study is based on the specific reality of female household heads to question and identify the dynamics of women's entrepreneurial activity in Côte d'Ivoire. In general, it proposes to analyze the determinants of the entrepreneurial dynamism of female heads of households. Investigations into the sources of motivation, the capacity to create and run a business, the means they have in the regulation of professional activity and family responsibilities have generated qualitative and quantitative results analyzed using methods of causal analysis and methodological individualism.

It appears that the motivations of the entrepreneurial mothers are certainly much diversified but fundamentally socio-economic. Creative, rigorous, persevering, they have the sense of organization by the control of their time and the ability to set priorities in favor of the liberal nature of their activities. By the gradual disappearance of gendered socio-cultural values, they manage to regulate professional life and family life correlatively involving the development of their activities.

Keywords: Entrepreneurship, women, heads of household, professional life, family life

Introduction

Les capacités des femmes à créer des emplois et contribuer à la croissance économique ne cessent de susciter de l'intérêt en Côte d'Ivoire comme partout ailleurs dans le monde. Les mécanismes qui les tenaient à l'écart de la création de richesse disparaissent progressivement au profit de la reconnaissance et la valorisation de leur contribution au développement économique et social de nos sociétés. Si le nombre de femmes accédant au marché de l'emploi progresse de nos jours, la population des créatrices d'entreprise devient de plus en plus significative au point où l'on assiste à un changement de paradigme. Lequel changement se traduit par la mise en avant de l'entrepreneuriat féminin dans toutes les politiques économiques et sociales des gouvernants, analystes et bailleurs de fonds. En plus d'être perçu comme pourvoyeur direct de solutions face à l'incapacité des structures économiques à créer des opportunités de travail (M. M. P. J. STIVELL et P. J. ZHAN, 2014), l'engagement des femmes dans une activité professionnelle répond à une volonté d'autonomie et d'émancipation. Mais elles doivent quotidiennement faire face au respect de schémas de pensées traditionnels qui conditionnent, voire handicapent, leur exercice entrepreneurial (C. CONSTANTINIDIS et al. 2017). A l'instar de celles qui travaillent, les femmes qui créent leurs entreprises, sont bien souvent obligées de composer avec leurs obligations familiales (C. BONNETIER, 2005).

S'il est démontré que le statut matrimonial joue un rôle important dans la prise de décision d'entreprendre aussi bien que le développement et la pérennité de l'entreprise créée (M. BOURGAIN et P. CHAUDAT, 2015 :88 ; Y. O. DOUBOGAN, 2016), les difficultés à concilier travail et famille déterminent ou influencent, toutefois, le type d'entreprise ou le type d'activité qu'elles exercent. Plus visible dans le secteur informel des pays africains en général et en Côte d'Ivoire particulièrement, l'entrepreneuriat féminin, bien que dynamique, est globalement constitué d'activités économiques de petite taille au vu de l'effectif de leurs employés et de leur chiffre d'affaires. Elles sont plus récentes et se situent dans des secteurs d'activité traditionnels, soit les services, le commerce de détail, la restauration et l'hôtellerie

(F. E. RACHDI, 2016). Mais ces dernières années, en plus de créer des entreprises, les femmes s'inscrivent de plus en plus dans une dynamique de formalisation. Si l'on se réfère aux statistiques du Centre de promotion des investissements en Côte d'Ivoire (CEPICI), 27% des entreprises (essentiellement individuelles) créées en 2017 appartiennent aux femmes contre 15% en 2013. Seules (séparées, divorcées, célibataires) ou ayant un conjoint (mariée ou en couple non marié) avec ou sans enfant, ces créatrices d'entreprises ont des statuts matrimoniaux différents. Outre le statut de mères seules ou en couple, certaines sont chefs de famille ou de ménage. Essentiellement constitués de ménages unipersonnels (21%) et de ménages monoparentaux (environ 60,4%), en Côte d'Ivoire, près de 19,4% des ménages sont dirigés par une femme (Institut National de Statistiques, 2003). En tant que chefs de ménage, loin d'être homogène, la recherche d'autonomie et la volonté de satisfaction des besoins de famille ou de ménage poussent, dans la majorité des cas, ces femmes à entreprendre leurs propres affaires.

Cet élan entrepreneurial au féminin fait l'objet de plusieurs approches théoriques. Partant d'une vision naturaliste des rôles sexués pour établir les différences entre les hommes et les femmes, l'approche fonctionnaliste soutient que les femmes *a priori*, seraient moins capables ou moins compétentes que les hommes pour l'entrepreneuriat, *a priori* perçu et *a fortiori* construit comme une activité masculine (C. CONSTANTINIDIS, 2015 ; T. LEBEGUE, 2011). Opposées à cette approche, les théories féministes se fondent sur un principe d'égalité des sexes. En fonction de leur spécificité, on en distingue trois principales mais complémentaires: (i) Le féminisme libéral reposant sur le postulat que les hommes et les femmes sont égaux et qu'ils sont des êtres rationnels capables de faire des choix raisonnés ; (ii) le féminisme social qui, tout en intégrant la sphère familiale, part du postulat que les femmes entrepreneures possèdent des attributs uniques et précieux pour le monde de l'entrepreneuriat, identifiés comme des ressources plutôt que comme des freins (T. LEBEGUE, 2011) ; (iii) et le féminisme socioconstructiviste qui vient défendre un nouveau paradigme où le chercheur interroge les facteurs historiques, culturels, législatifs et institutionnels dans la recherche sur l'entrepreneuriat féminin (C. CONSTANTIDIS, 2015 ; H. J. AHL, 2003). Partant de ce dernier courant, on est en droit de soutenir que la singularité de l'entrepreneuriat féminin ne peut être appréhendée sans sa contextualisation dans l'environnement et notamment les relations sociales de la femme entrepreneure. Dans cette même dynamique, C. G. BRUSH (1992) conclut que les femmes ne séparent pas les sphères familiale, professionnelle et relationnelle, au contraire elles cherchent à créer des ponts et des liens entre elles. En conséquences, C. G. BRUSH et al (2009) proposent un nouveau modèle qui appréhende le phénomène entrepreneurial au féminin de façon holistique. Cette approche du phénomène prend ainsi en compte un ensemble de variables (normes, valeurs) influençant ou pouvant influencer la pratique entrepreneuriale chez la femme en général et les femmes chefs de ménage en particulier.

Sachant que notre attention porte principalement sur ces dernières, il nous paraît pertinent de poser les questions suivantes pour mieux cerner notre problématique : (i) De quels atouts spécifiques disposent les femmes chefs de

ménage pour entreprendre et réussir dans leurs activités? (ii) Quelles difficultés spécifiques rencontrent-elles et comment les surmontent-elles ? (iii) Quelles sont leurs attentes afin de réussir et/ou rebondir en tant que, non seulement femmes entrepreneures mais et surtout chefs de ménages ? De cette série de questions, découlent les objectifs poursuivis dans cette étude. De manière générale, elle vise à analyser les déterminants du dynamisme entrepreneurial des femmes chefs de ménage. Les objectifs spécifiques consistent en la description des spécificités entrepreneuriales de ces femmes, des difficultés rencontrées dans l'exercice de leurs activités professionnelles et des voies de recours pour la réussite de leur projet entrepreneurial. Pour mener cette étude, nous avons formulé les hypothèses suivantes : (i) Pour la performance de leur entreprise en alliant vies professionnelle et privée, les entrepreneures chefs de ménage s'imposent des priorités en plus de leurs capacités à assumer tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales liés au développement de leurs activités; (ii) Les attitudes socio-culturelles négatives relatives à leur statut matrimonial constituent des obstacles au développement ou au dynamisme des activités des femmes chefs de ménage ; (iii) La réussite des entrepreneures féminines chefs de ménage nécessite un accompagnement entrepreneurial spécifique à leur statut matrimonial. La vérification de ces hypothèses repose sur une démarche méthodologique se déclinant en 3 points que sont le matériel et méthodes, les résultats et la discussion.

Methodologie

La poursuite des objectifs de cette étude obéit à une démarche méthodologique se déclinant en 4 points : Techniques et outils d'enquête, constitution de l'échantillon, dépouillement et traitement des données, méthode d'analyse.

1-1. Techniques et outils d'enquête

La recherche documentaire a constitué la première étape de collecte des données. Les données primaires obtenues au travers d'une revue des travaux antérieurs sur l'entrepreneuriat en général et l'entrepreneuriat féminin en particulier (articles de presse, articles et ouvrages scientifiques, documents administratifs, rapports d'études) ont été soumises à une analyse de contenu. Ont été ainsi passés en revue la situation d'emploi allant du contexte général à celui particulier des femmes, la volonté pour les femmes de créer leur emploi afin de sortir du chômage, s'assumer, être autonome, l'attitude face à la prise de risque, le milieu environnemental et les trajectoires antérieures des entrepreneures en rapports avec leurs statuts matrimoniaux.

Cette collecte de données primaires a été complétée par des données de terrains à l'issue d'enquêtes combinant les approches quantitatives et qualitatives. Le recueil de ces données secondaires a mobilisé l'enquête par questionnaire au moyen d'un questionnaire standardisé adressé aux chefs de ménage entrepreneures et un entretien semi-directif au travers d'une grille d'entretien adaptée aux principales caractéristiques des femmes et aux récits de vie. Les interviewées ont été amenées à s'exprimer au sujet des facteurs clés favorisant la croissance de leurs activités, les limites éprouvées dans l'exercice de leurs activités, la description de leur environnement social et professionnel

ainsi que les opportunités qui s'offrent à leurs activités, les menaces ou obstacles environnementaux (social et professionnel) de leurs activités.

1-2. Echantillonnage

La collecte des données s'est faite auprès de 130 femmes en tenant compte de leurs statuts matrimoniaux. La méthodologie utilisée à cet effet se base sur un échantillon raisonné du fait de la rareté ou la faible représentativité du phénomène au sein de la population. Dans le processus de sélection, un accent particulier a été mis sur les mères seules (célibataires, divorcées ou veuves) car facilement identifiables comparativement à celles vivant en couple. Autrement dit, lorsque le chef de ménage est marié, il est très rare que la femme soit désignée comme chef alors que l'importance numérique des ménages monoparentaux s'observe de plus en plus au sein de la population

ivoirienne. La forme juridique des entreprises a également prévalu dans le choix des enquêtées. Bien qu'elles soient majoritairement installées dans l'informel, nous avons privilégié les créatrices d'entreprises formelles. Ces entreprises sont généralement individuelles avec un nombre réduit d'employés (nombre d'employés inférieur ou égale à 10). De manière pratique, nous avons orienté la collecte des données vers les chefs de ménage ayant créé leurs entreprises dans le commerce, la restauration, les ateliers de couture et de beauté, l'aviculture. Ce choix se justifie par le fait que les femmes sont presque absentes dans certains secteurs d'activités qualifiés à tort ou à raison d'activité d'hommes d'une part et nécessitant généralement de grands moyens, d'autre part, au regard de la structure économique du pays. Les données issues de cette démarche ont fait l'objet de traitement avant d'être analysées au travers d'une méthode appropriée.

Présentation de l'échantillon

CARACTERISTIQUES	FREQUENCES	
LOCALITE	Abidjan	46,7%
	Bouaké	53,3%
	Total	100%
AGE	35-40 ans	20,0%
	41-45 ans	33,3%
	46-50 ans	26,7%
	51-55 ans	13,3%
	56 ans et +	6,7%
	Total	100%
NIVEAU D'INSTRUCTION	Sans instruction/Non scolarisée	6,7%
	Primaire	13,3%
	Secondaire	60,0%
	Supérieur	20,0%
	Total	100%
SITUATION MATRIMONIALE	Célibataire	40,0%
	En union	13,3%
	En rupture d'union	33,3%
	Veuve	13,3%
	Total	100%
SECTEUR D'ACTIVITE	Commerce de gros	6,7%
	Communication, événementiel	13,3%
	Transport, logistique	6,7%
	Agroalimentaire	20,0%
	Cosmétique, soin, beauté	33,3%
	Couture, mode	20,0%
	Total	100%
NOMBRE D'ENFANTS A CHARGE	1 enfant	40,0%
	2 enfants	33,3%
	3 enfants	20,0%
	4 enfants ou plus	6,7%
	Total	100%

1-3. Déroulement de l'enquête

La collecte des données de terrain s'est déroulée dans les villes d'Abidjan et de Bouaké suivant le répertoire des organisations des femmes entrepreneurs. Elle s'est étendue sur 7 jours. Les données ont été collectées sur la base d'un questionnaire d'enquête structuré et un guide d'entretien s'inspirant des objectifs poursuivis dans le cadre de notre étude. Si le répertoire des femmes chefs d'entreprises nous a été utile pour le repérage de nos enquêtées, il a connu toutefois ses limites dans la mesure où il ne nous fournissait pas le statut de chefs de ménage de celles-ci. Le choix raisonné qui a guidé cette collecte a consisté donc à nous assurer auprès de chaque enquêtée de sa position dans son foyer ou son couple. L'enquête était

donc précédée d'une brève introduction expliquant à l'interviewée le bien fondé et la cible de notre recherche. L'enquête ne s'est toutefois pas déroulée facilement. Nous nous sommes heurtés à différents problèmes tels que l'identification des PME dirigées par les femmes chefs de ménages à cause de la faiblesse de leur proportion. Par ailleurs, le refus des enquêtées de renseigner des questions liées au chiffre d'affaires a quelque peu contrarié nos enquêteurs. C'est un sujet quasiment tabou du fait de certains enjeux (sécuritaire, fiscaux...).

1-4. Dépouillement et traitement des données

Les approches quantitatives et qualitatives ayant prévalu dans cette étude, nous avons mobilisé le logiciel

"SphinxPlus.V5.TuiTe" pour le dépouillement et le traitement des données collectées. Les données quantitatives ont fait l'objet d'analyses statistiques descriptives se prêtant ainsi au codage et à la catégorisation. Au sortir de cette démarche des tableaux et graphiques ont été dressés et interprétés. Quant aux données qualitatives, elles ont fait l'objet de transcription puis d'analyse de contenu sémantique et lexical.

1-5. Méthodes d'analyse

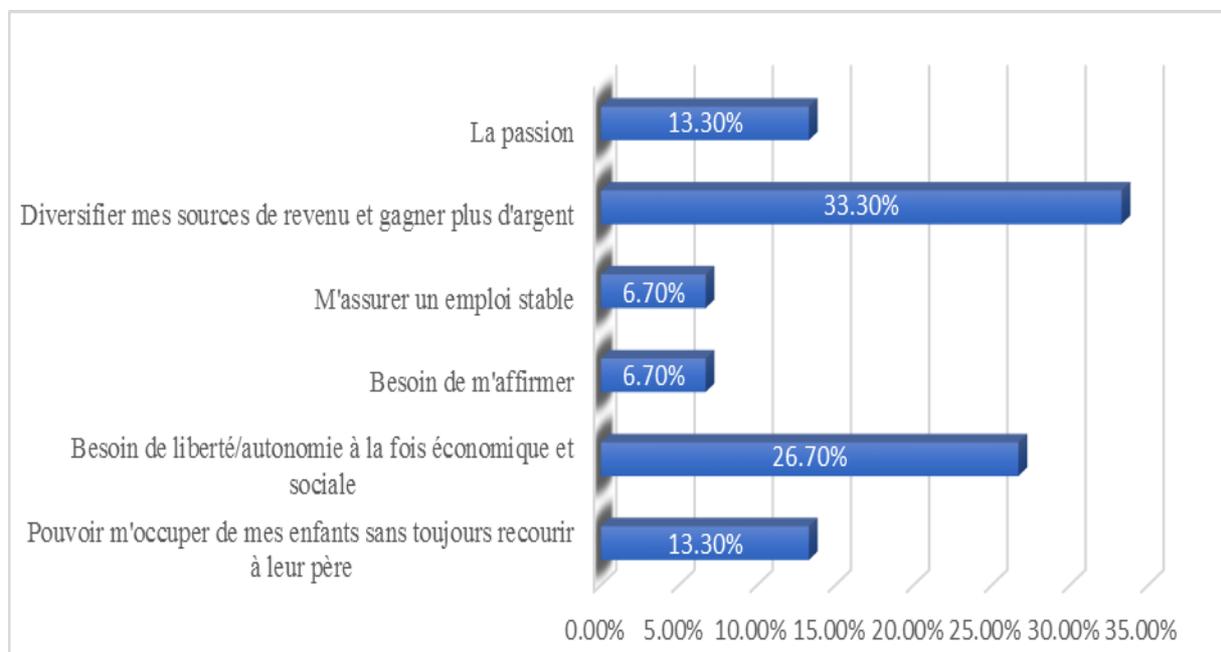
La méthode d'analyse causale et l'individualisme méthodologique (R. BOUDON et R. FILIJEULE, 2015) ont été utiles à l'interprétation des données empiriques. Ces deux types d'analyses, la première d'orientation positiviste et la seconde d'orientation herméneutique, peuvent constituer, selon R. BOUDON et R. FILIJEULE, deux moments successifs dans une même recherche. L'analyse causale de nature descriptive, permet d'abord de décrire les relations de cause à effet entre phénomènes macrosociologiques. Ensuite, l'individualisme méthodologique, en tant que méthode explicative permet de

rendre compte des phénomènes sociaux en les ramenant aux actions individuelles qui les composent. Ces deux méthodes sont complémentaires dans cette étude. De manière pratique, l'invocation de l'analyse causale a consisté à mettre en exergue et à comprendre les rapports sociaux, les normes, les valeurs, les processus et les structures sociales qui sous-tendent les initiatives entrepreneuriales des femmes en général et des chefs de ménages en particulier. Par ailleurs, à l'aide de l'individualisme méthodologique, nous avons cherché à comprendre l'intention entrepreneuriale de nos enquêtées ainsi que les significations qu'elles attachent à la réalité sociale, économique et culturelle qu'elles expérimentent, leurs intentions, motivations et attitudes.

Resultats

2-1.Motivations à entreprendre

Les raisons pour lesquelles les femmes prennent des initiatives, créent leurs propres activités ou entreprises sont multiples et diverses.



Graphique 1 : Facteurs de motivation à l'entrepreneuriat

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

L'entrée en activité des femmes rencontrées dans le cadre de cette étude est principalement motivée par le besoin de « diversifier [leurs] sources de revenu et gagner plus d'argent » (33,30%) d'une part et le « besoin de liberté/autonomie » (26%) d'autre part. Bien qu'on ne veuille passer sous silence les autres facteurs, ces deux éléments semblent mieux résumer ce que les femmes recherchent en entreprenant. Le statut de chef de ménage est déterminant à cet effet. Si nos enquêtées sont devenues entrepreneures, au-delà de tout ce qu'elles avancent comme sources de motivations, c'est pour se faire de l'argent afin de parvenir de manière autonome/indépendante à satisfaire leurs besoins et ceux de leur famille. Etant donné que la recherche d'autonomie et la satisfaction des besoins ne peuvent être possible en l'absence de revenu, les raisons qui conduisent la majorité de ces femmes à devenir entrepreneures sont, en définitive, largement liées à des

facteurs économiques comme le souligne justement une de nos enquêtées que nous nommons Odette, 24 ans, célibataire :

« N'ayant pas pu poursuivre les études au secondaire pour des problèmes financiers, j'ai choisi de travailler en tant que guichetière dans une boulangerie pour un salaire au SMIG. Tout allait bien jusqu'à ce que j'aie un enfant. Je n'arrivais plus à supporter les contraintes du travail à savoir dormir un jour sur deux sur le lieu du travail d'autant que la boulangerie ne fermait quasiment pas. Par ailleurs mon salaire ne me permettait plus de subvenir à mes besoins et à ceux de mon enfant. J'ai dû décider de me mettre à mon propre compte avec l'aide de mes proches. »

La motivation, quel que soit la ou les source(s) est certes déterminant dans le procès de création de l'entreprise. Mais la réussite de sa vie d'entrepreneuse en tant que mère, requiert une certaine agilité. Du coup, nous sommes amené

à nous questionner sur les atouts dont disposent nos enquêtées dans le cadre de leurs projets entrepreneuriaux.

2-2. Atouts des entrepreneures

Les entrepreneures chefs de ménage ont différents atouts. Comme présentés dans le tableau ci-après ces atouts sont ceux cités par ordre de priorité lors de nos entretiens.

Tableau 1 : Principaux atouts des enquêtées

3 Principaux Atouts	Fréq. (Rang 1)	Fréq. (Rang 2)	Fréq. (Rang 3)
Sens de l'organisation	6,7%	26,7%	6,7%
Créativité	33,3%	0,0%	0,0%
Empathie	33,3%	6,7%	13,3%
Rigueur	6,7%	6,7%	33,3%
Patience et persévérance	20,0%	26,7%	13,3%
Bonne capacité d'adaptation	0,0%	6,7%	26,7%
Polyvalence	0,0%	26,7%	6,7%
TOTAL	100%	100%	100%

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

Les femmes disposent de plusieurs qualités pour manager

Tableau 2 : Revenus mensuels générés par les activités

Secteur d'activité	Revenu mensuel (FCFA)			TOTAL
	≤ 500 000	500 001 à 1 000 000	1 000 001 à 2 000 000	
Commerce de gros	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
Communication, événementiel	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
Transport, logistique	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
Agroalimentaire	13,3%	0,0%	6,7%	20,0%
Cosmétique, soin, beauté	13,3%	13,3%	6,7%	33,3%
Couture, mode	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
TOTAL	66,7%	20,0%	13,3%	100%

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

Les résultats de ce tableau attestent que 66,7% des entrepreneures enquêtées ont un revenu inférieur ou égal à 500 000 FCFA tandis que 20% ont un revenu compris entre 500 001 et 1 000 000 FCFA contre 13,3% à revenu n'excédant pas 2 000 000 FCFA. Sous l'angle des secteurs d'activités, il ressort que les revenus les plus élevés s'observent chez les promotrices exerçant respectivement dans la cosmétique/soin/beauté (33,3%), l'agroalimentaire (20%) et la couture/mode (20%). De ces données, on est en droit de déduire que la rentabilité des activités est relativement positive du moment où elles n'enregistrent pas de perte si nous nous référons aux propos tirés de certaines lors des entretiens :

« Mes activités se portent bien depuis quelque temps au regard des revenus qu'elles génèrent. Moyen de subsistance au début pour moi et ma famille, mon commerce fait des bénéfices au point où je peux me retrouver avec 300 000 à 500 000 FCFA par mois. »

leurs affaires. Mais dans le cadre de notre étude, nous en avons répertorié 7. Sur la base de 3 réponses multiples ordonnées, nos enquêtées ont été amenées à choisir parmi ces qualités, celles qui correspondent le mieux à leur situation. Ainsi, comme le suggère le tableau, les atouts cités en premiers par les entrepreneures chefs de ménages sont la créativité (33,3%) et l'empathie (33,3%). Viennent ensuite le sens de l'organisation (26,7%), la patience/la persévérance (26,7%) et la polyvalence (26,7%). Enfin, nos enquêtées, avec un taux de 33,3%, pensent que la rigueur est un atout important en entrepreneuriat. Bien qu'elles ne soient pas spécifiques aux femmes, les réponses fournies donnent une idée de l'état d'esprit des créatrices. Une analyse de contenu permet de rendre compte de l'évidence de leur potentiel. En ce qui concerne leurs compétences et qualités, les entrepreneures révèlent ainsi qu'il leur a fallu « du travail, du courage, de la volonté, et du sérieux » pour y arriver dans leur projet entrepreneurial. Si elles débordent d'énergie et de compétence, quel est le niveau de productivité de leurs activités ?

La performance des entreprises

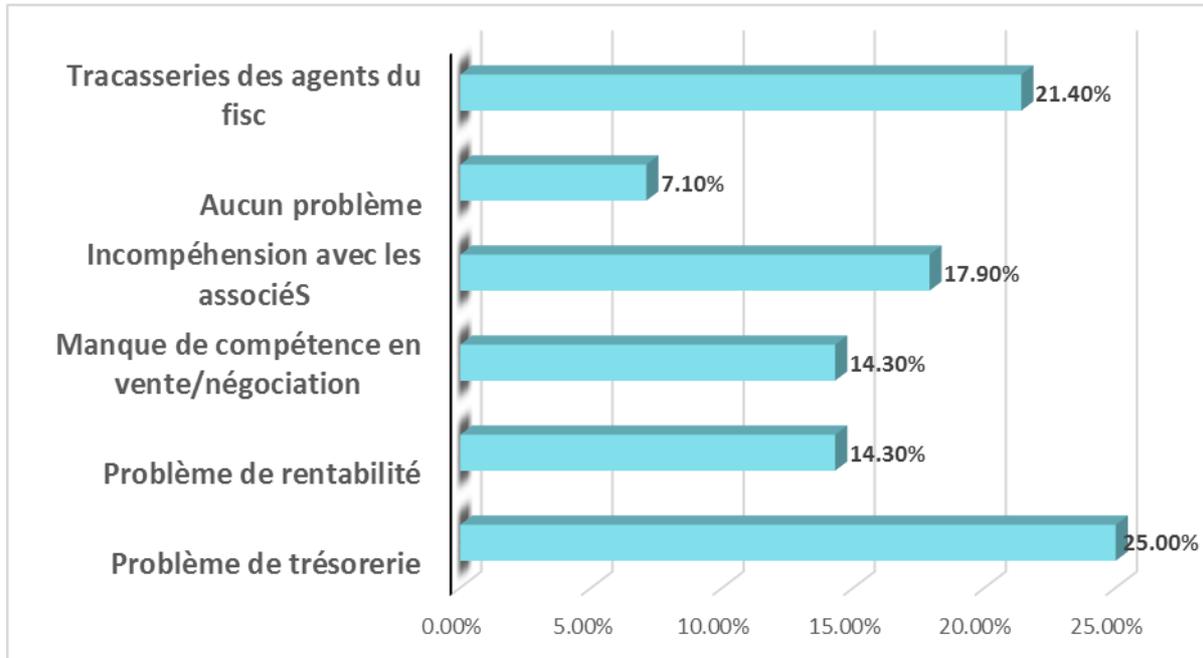
Pour constituer une source de revenus au-delà de la compétence, il faut bien que l'activité ou l'entreprise soit performante et génère des profits. Le tableau ci-après nous en donne un aperçu.

Cette performance n'occulte cependant pas un certain nombre de difficultés auxquels les entrepreneures doivent couramment faire face.

2-4. Les difficultés des entrepreneures chefs de ménages

Les difficultés rencontrées par nos enquêtées chefs d'entreprises sont à la fois générales et plus spécifiques à leur statut de chefs de ménage.

2-4-1. Les difficultés d'ordre général



Graphique 2 : Problèmes généraux rencontrés par nos enquêtées

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

Il ressort des données fournies par le graphique que les difficultés auxquelles font face nos enquêtées sont de divers ordres. Mais les plus importants sont les problèmes de trésorerie (25%) et les tracasseries des agents du fisc (21,40%). Qu'elles soient dirigées par un homme ou une femme, le manque de trésorerie met les PME/TPE¹ en difficulté. Il représente la principale difficulté financière rencontrée par les dirigeants. Le recours aux prêts officiels étant réduit, les financements de ces entreprises à la limite de l'informel, proviennent généralement de l'entrepreneur lui-même et de son entourage familial ou amical. Le second problème majeur d'origine fiscale est multiforme. Lorsqu'on parle de la fiscalité des entreprises, ce qui vient souvent à l'esprit est le taux de l'impôt sur les sociétés en fonction du statut juridique. Cependant, ce n'est pas le seul impôt que les entrepreneurs doivent prendre en compte. En effet, la fiscalité des entreprises comprend tous les impôts et taxes dus par une entreprise. En plus de l'impôt sur les bénéfices, la fiscalité des entreprises comprend les charges patronales versées en proportion de la masse salariale, les impôts fonciers et d'autres taxes secondaires. Chacun de ces impôts est sujet à différents traitements, interprétations et allègements fiscaux, ce qui conduit à une complexité accrue de l'impôt. Avec un taux de pression fiscale estimé à 15,6% en 2016 à environ 20% en 2019 dénoncé par la Fédération Nationale des Industries et Services de Côte d'Ivoire (FNISCI), la Fédération ivoirienne des PME (FIPME) et la Chambre de commerce et d'industrie de Côte d'Ivoire (CCI-CI), la performance des PME/TPE est mise en mal au point d'entraîner la fuite des entreprises les poussant à s'installer dans l'informel afin d'y échapper. En plus des problèmes qu'elles partagent avec tous les entrepreneurs, les femmes et surtout les chefs de famille entrepreneures rencontrent des difficultés spécifiques.

2-4-2. Difficultés spécifiques aux entrepreneures chefs de ménages

¹ Petites et Moyennes Entreprises/ Très Petites Entreprises

Tableau 3 : Problèmes spécifiques en rapport avec la situation matrimoniale

Problèmes spécifiques	Situation matrimoniale				TOTAL
	Célibataire	En union	En rupture d'union	Veuve	
Devoir jongler entre vie professionnelle et vie familiale	3,3%	3,3%	0,0%	3,3%	10,0%
Stéréotype et préjugés	10,0%	3,3%	10,0%	3,3%	26,7%
Manque de confiance en soi	10,0%	6,7%	6,7%	0,0%	23,3%
Recherche de fonds	6,7%	0,0%	6,7%	3,3%	16,7%
Absence d'accompagnement	10,0%	0,0%	10,0%	3,3%	23,3%
TOTAL	40,0%	13,3%	33,3%	13,3%	100%

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

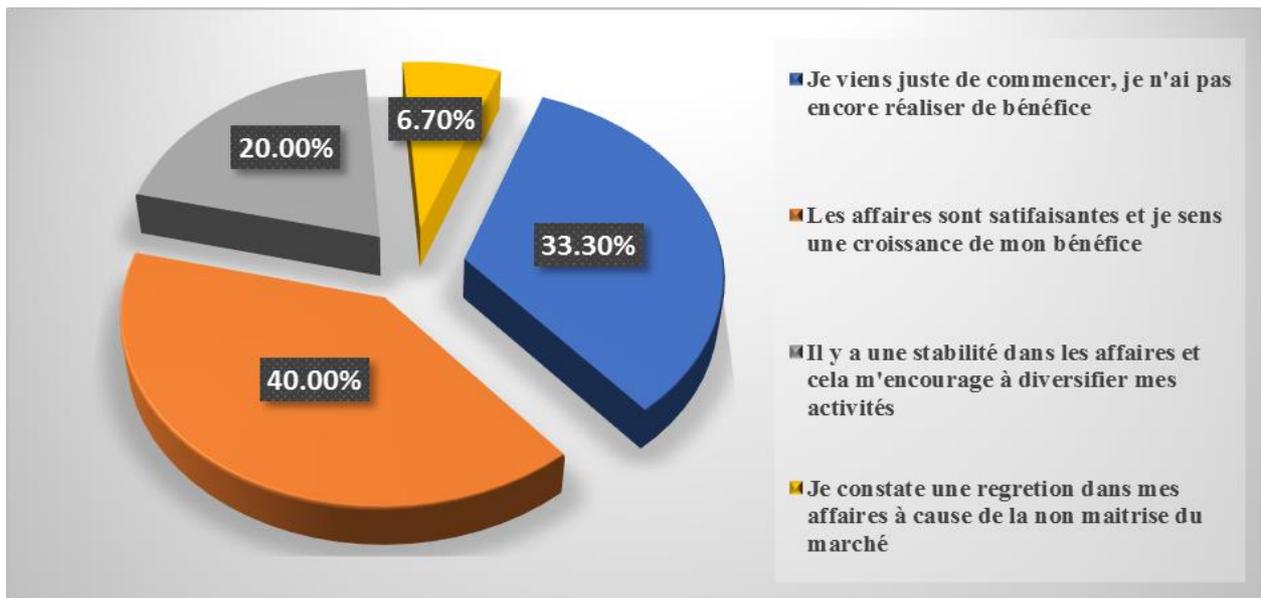
Bien que la dépendance ne soit pas significative, nous avons, par un souci de visibilité, essayé de mettre les problèmes spécifiques des entrepreneures en rapport avec leur situation matrimoniale. Globalement, il en ressort que les stéréotypes/préjugés (26,7%), le manque de confiance en soi (23,3%) et l'absence d'accompagnement (23,3%) sont les problèmes que nos enquêtées rencontrent le plus. L'absence d'accompagnement (10,0%). Que faut-il retenir à partir de ces chiffres ? Contrairement à ce qu'on croyait à l'entame de cette étude, la conciliation entre vies professionnelle et familiale n'est pas un grand problème pour nos enquêtées d'autant plus que seulement 10% des répondantes l'ont reconnu. Par contre, elles ont à vaincre ou à faire face à des

barrières comme les attitudes socioculturelles négatives « Dans nos activités quotidiennes avec nos fournisseurs, nos clients et même les banquiers, on souffre d'un véritable manque de crédibilité. Certains hommes ne nous prennent plus. Observés sous l'angle de la situation matrimoniale les entrepreneures célibataires ressentent ces 3 problèmes avec un cumul de 30% (Stéréotype et préjugés [10,0%], manque de confiance en soi [10,0%], absence d'accompagnement [10,0%]) quand celles en rupture d'union reconnaissent être confrontées, avec un cumul de 20%, aux stéréotype et préjugés (10,0%) et absence que nous considérons externes et des difficultés personnelles. Les attitudes négatives que sont les stéréotypes/préjugés renvoie généralement à la discrimination sexuelle faites aux femmes et les difficultés

personnelles relèvent du manque de confiance en soi. Une des enquêtées confirmait ainsi en ce qui concerne les stéréotypes/préjugés : pas au sérieux. A la limite, ils nous prennent pour des arrivistes ; quelqu'un à qui le mari ou le compagnon a ouvert un magasin ou à qui on a donné un fonds de commerce juste pour qu'elle se débrouille. Tous ces comportements envers les femmes les poussent à ne pas avoir confiance en elles. »

Ces attitudes négatives ont-elles un impact négatif sur les activités de ces chefs de ménage entrepreneures ?

2-5.Situation des activités



Graphique 3 : Situation actuelle des activités

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

Globalement nos enquêtées s'en sortent bien en dépit des difficultés qu'elles rencontrent dans l'exercice de leurs activités. Comme en témoignent les données du graphique, seulement 6,70% des entrepreneures estiment que leurs affaires régressent à cause de la non maîtrise du marché. Les qualités ou habilités dont elles font montre à savoir la créativité, l'empathie, le sens de l'organisation, la patience/la persévérance et la polyvalence (voir tableau 1) peuvent être considérées comme des facteurs de succès de ces femmes en affaires. Un extrait du récit de vie d'une enquêtée que nous nommons K. S. donne un aperçu de ce succès :

Ces résultats positifs ne sont toutefois pas fortuits. La durée de l'exploitation associée à l'expérience entrepreneuriale en est un

« A mes débuts, j'avais le pressentiment de ne pas pouvoir y arriver à cause de mes maigres moyens financiers. L'idée de faire faillite me hantait à tout moment sans pour autant que cela puisse me décourager. Au bout de quelque temps, j'ai été agréablement surprise face aux résultats satisfaisants de mon restaurant. Partie d'un espace confiné j'ai pu m'élargir grâce à une proposition qui m'a été faite de louer un espace dans une grande surface en plus des livraisons sur les lieux de travail ; Le sérieux, la ponctualité et surtout la propreté ont favorisé un bon positionnement de mon restaurant dans ce milieu hautement concurrentiel. facteur déterminant. Le tableau ci-après nous en donne une idée.

Tableau 4 : Situation actuelle de l'activité en rapport avec sa durée d'exploitation

Situation actuelle de l'activité	Durée d'exploitation de l'activité				TOTAL
	< 1 an	1 an	2 à 5 ans	6 à 9 ans	
Je suis en démarrage, je ne fais aucun profit pour le moment	20,0%	13,3%	0,0%	0,0%	33,3%
Les affaires sont en croissance soutenue depuis un certain temps et je suis satisfaite	0,0%	6,7%	26,7%	6,7%	40,0%
Les affaires sont plutôt stables depuis un certain temps et je dois absolument envisager une diversification pour favoriser la croissance	0,0%	0,0%	6,7%	13,3%	20,0%

Les affaires sont plutôt instables depuis un certain temps et je dois absolument envisager des stratégies qui me permettront de redresser la situation.	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
TOTAL	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100%

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

La question de la longévité des entreprises créées par les femmes revient couramment dans les études. À tort ou à raison, celle-ci est généralement jugée courte au regard des problèmes que certaines études qualifient de particuliers à la femme. Pour ce qui concerne notre étude, la durée d'exploitation des entreprises ou activités de nos enquêtées est majoritairement comprise entre 2 et 5 ans (40%) quelles que soient les situations dans lesquelles se trouvent ou peuvent se trouver celles-ci. Mais en analysant plus en détail le tableau, les données attestent que les entrepreneures qui affirment : « *les affaires sont en croissance soutenue depuis un certain temps et je suis satisfaite* » sont les plus nombreuses avec un taux de 26,7%. De manière générale, ces résultats nous amènent à croire en un progrès entrepreneurial des femmes. La performance de leurs entreprises et

2-6. Les leviers de la conciliation vie professionnelle et vie familiale

Les relations entre les femmes entrepreneures et leurs familles sont généralement déterminantes ; elles peuvent les aider ou les ralentir (ou même constituer un véritable obstacle) dans leurs projets entrepreneuriaux. Dans le cadre

de cette étude, nous avons jusque-là, constaté que les efforts fournis en vue de les pérenniser sont autant d'éléments favorisant ce progrès. Comme le relève explicitement le tableau, la proportion des entrepreneures dont l'entreprise ou l'activité « ne fait aucun profit », régresse au fur et à mesure que celle-ci gagne en ancienneté ; de moins 1 an à 9 ans, cette proportion varie ainsi de 20% (entreprise/activité de - 1 an) à 13% (entreprise/activité de 1 an) puis à 00% (les entreprises/activités de 2 à 5 ans et de 6 à 9 ans). Le statut de mère et les charges familiales qui y sont associées ont de moins en moins d'emprise sur la motivation des femmes dans leurs initiatives entrepreneuriales au regard de ces chiffres. Comment ces femmes parviennent-elles à réaliser ces résultats positifs en tant que mères et surtout chefs de ménage ? remarquable évolution chez nos enquêtées aussi bien dans leurs projets de création d'entreprises que dans les perspectives de croissance de celles-ci. Les facteurs susceptibles d'expliquer cette capacité qu'ont les femmes chefs de ménage à concilier vies publique et privée ont retenu notre attention dans cette séquence. Mais avant, que pensent-elles de cette liaison jugée parfois difficile ?

Tableau 5 : Opinions des entrepreneures chefs de ménage sur la difficulté à concilier travail et famille

Personnes à charge y compris vous et vos enfants	Difficulté à concilier travail et famille			TOTAL
	Oui	Non	Un peu	
2	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
3	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
4	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
5	0,0%	20,0%	6,7%	26,7%
6 et plus	26,7%	20,0%	6,7%	53,3%
TOTAL	26,7%	60,0%	13,3%	100%

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

De manière générale, les difficultés à concilier vie professionnelle et vie privée sont négligeables chez nos enquêtées.

Les données du tableau suggèrent ainsi que 60% des chefs de ménage entrepreneures n'ont aucun problème à ce sujet. Madame A. N., 48 ans, divorcée, mère de 2 enfants avec 3 autres personnes à charge, fait partie de ces femmes qui ont pu trouver l'équilibre entre ces deux vies :

« *Quand je créais mon salon de coiffure à la*

A l'analyse, une approche multidimensionnelle peut se dégager à la fois des données du tableau et de ce discours. Il ressort ainsi que la taille de la famille n'est véritablement pas pertinente ici d'une part et le fait d'exercer des activités libérales offre à nos enquêtées des marges de manœuvre dans la gestion de leurs ménages d'autre part. On croirait à priori qu'une mère entrepreneure aurait des difficultés à exercer convenablement son activité à cause de sa famille nombreuse et vice versa. Mais les données du tableau et les propos de Madame A. N. nous montrent le contraire (20% de « non » chez les familles comptant 5, 6 personnes contre 6,7% chez les familles comptant 2, 3, 4 personnes). La majorité des femmes dans ce cas de figure, résistent mieux au poids familial et social en s'investissant dans leurs

activités professionnelles. Elles y parviennent par la maîtrise de leur temps.

« *Je suis non seulement jeune mais une femme avec beaucoup de responsabilités. Je suis très confuse à l'idée de supporter toute seule les charges de mon ménage sans compromettre mon activité. D'un côté, le fait de pouvoir payer mes factures et subvenir aux besoins de ma famille sans tendre la main est un bonheur, mais, de l'autre côté, j'ai beaucoup peur de l'avenir. Prendre seule toutes ces suites de mon divorce afin de me prendre en charge et subvenir aux besoins de ma progéniture, parce que ne voulant plus retourner en famille, je me demandais si j'allais y arriver. Mais je me suis très vite adaptée à ma nouvelle vie. Etant donné que c'est une activité libérale, je me donne des priorités. J'accorde généralement beaucoup de temps à ma famille en début de semaine et je m'arrange à faire la part des choses entre le travail et celle-ci.* »

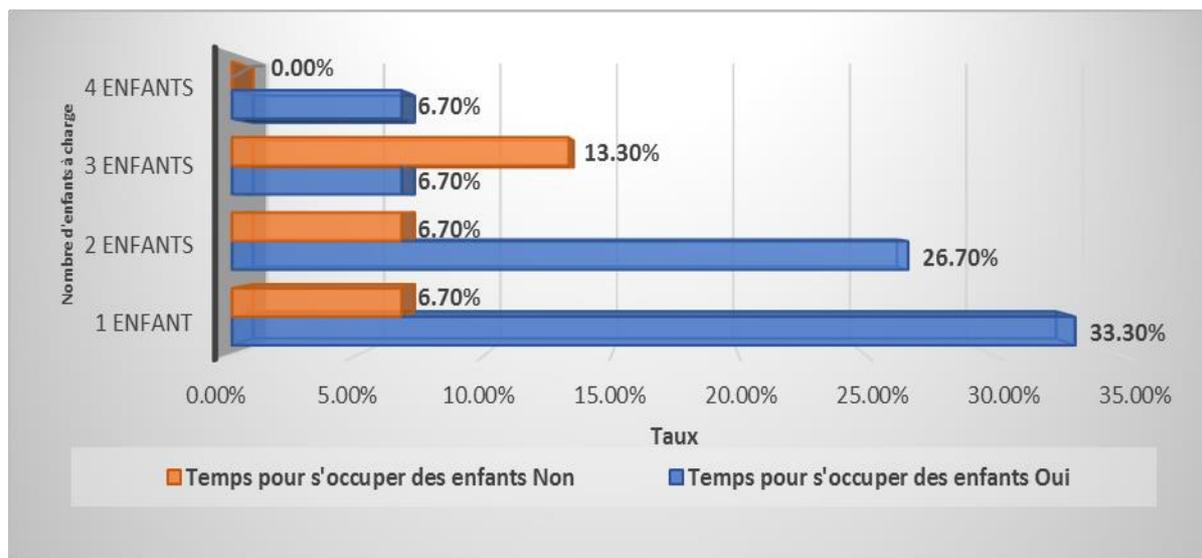
A l'opposé de cette proportion qui manifeste à la fois une certaine responsabilité et une certaine « représentation positive de soi », les données du tableau attestent que 26,7% des entrepreneures chefs de ménage pensent qu'il est difficile d'établir cet équilibre. Elles paraissent moins nombreuses que les premières sauf que cette proportion ne concerne que les ménages de 6 personnes et plus. Cette

catégorie d'entrepreneures, bien qu'elles soient à leur propre compte, ont un double statut soulevant chez elles, des inquiétudes et même des questionnements. Elles ont une certaine liberté, mais la sécurité traditionnelle qu'elles avaient auprès de leurs maris ou de leurs familles n'est plus. Cette autre enquêtée que nous nommons Alice âgée de 37 ans, mère de deux garçons, ayant 3 autres personnes à charge possédant une boutique de produits agroalimentaires, nous relate ses difficultés : *responsabilités sans un homme, je me demande parfois si je tiendrai longtemps surtout que j'ai un prêt à rembourser.* » Ces propos rendent compte de l'ambivalence de la situation de certaines femmes revendiquant le double statut de mère et pourvoyeuse de revenus pour le ménage. En pareille

situation, il arrive souvent que la mère se surinvestisse dans le travail ; par souci de réussite professionnelle, cela pourrait amener à négliger la vie familiale, surtout l'éducation des enfants.

2-7.L'éducation des enfants en question

Les opinions des entrepreneures chefs de ménage sont globalement positives quand il s'agit de concilier vies publique et privée en dépit de quelques difficultés. Elles n'ont pas manqué de souligner la possibilité de s'épanouir dans le cadre de leurs activités tout en restant mère, soucieuse de la sécurité de leurs familles dans lesquelles les enfants occupent une place particulière. Ont-elles pour autant le temps de s'en occuper convenablement ?



Graphique 4 : Le temps pour s'occuper des enfants à charge

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

S'occuper des enfants tout en jouant son rôle de dirigeante reste possible pour les entrepreneures chefs de ménages. Les données du graphique l'attestent au point où 73,3% des enquêtées contre 26,70% affirment pouvoir prendre soin de leurs enfants bien qu'elles aient des charges professionnelles. Dans cette proportion, les entrepreneures ayant un enfant à charge sont les plus nombreuses avec un taux de 33,30%. A l'analyse celles-ci seraient plus enclines à s'occuper de leur progéniture. Mais la différence de fréquences entre les ménages

« *Négliger ma vie de famille ne m'est jamais venu à l'esprit. Ma famille et surtout mes enfants ont toujours été au centre de mes préoccupations ; toute ma vie d'entrepreneuse a été bâtie autour de mes obligations familiales. Je ne vais jamais au travail avant 09 h 30 et je pars au plus tard à 16 h 30 afin d'être proche de mes enfants, être présente quand ils ont besoin de moi, les accompagner à l'école ou être là à la sortie de l'école. En tout cas je fais du mieux que je peux pour être à leurs petits soins.* »

selon le nombre d'enfants n'est pas pertinente. Certes, s'occuper d'un enfant peut paraître plus aisé que lorsqu'il s'agit d'un nombre plus important d'enfants, mais dans le cadre de cette étude, la majorité (40%) des ménages à un enfant. Par ailleurs, les femmes ayant 4 enfants et plus, bien qu'étant minoritaires (6,7%), ont toutes, la capacité de s'en occuper en dépit de leurs responsabilités professionnelles. Comme le soutient Madame H. K, 45 ans, veuve et mère de

4 enfants, décoratrice événementielle :

Le récit de cette dame, à l'instar de toutes les autres exerçant à leur propre compte, est révélateur de l'indépendance que procure le caractère libéral de leurs activités. Leur statut d'entrepreneuse leur permet, en effet, de prendre des décisions familiales et professionnelles indépendantes comparativement aux employés salariés d'entreprises publiques/privées soumis à des horaires standards. Il faut souligner néanmoins que ces mères entrepreneures disposent souvent des aides domestiques. Elles ont ainsi recours soit à un personnel de maison pour celles qui en ont les moyens soit au soutien de leurs proches généralement de sexe féminin pour la garde des enfants et les tâches domestiques pour celles ayant des moyens financiers encore limités. Cette aide n'est toutefois pas que positive. D'une part, elle favorise l'augmentation des charges financières du ménage ; d'autre part, la mère perd l'exclusivité de l'éducation de ses enfants. Elle doit désormais compter avec le regard des autres (surtout les femmes vivant sous son toit) sur son mode de vie et d'éduquer ses enfants. La vie de Madame A. C. est le reflet de cette ambivalence. Divorcée et mère de 2 enfants, elle possède une agence de transit de marchandises. De nuit comme de jour, les exigences du métier lui imposent de répondre aux sollicitations des clients à toute heure. L'activité étant largement dépendante des vols, elle travaille ainsi en fonction des arrivées et

« *J'ai beaucoup donné à ma famille et surtout à mes*

enfants et pas assez à mon activité. Vu leur jeune âge, je ne pouvais pas m'éloigner d'eux en voyageant dans le cadre de mon commerce. J'ai toujours voulu faire le commerce de gros qui rapporte beaucoup. Mais ça fait 5 ans que je suis dans le commerce de détails de produits cosmétiques. »

Les femmes chefs de ménages entrepreneures, dans notre étude, expriment des départs. Sa mère veuve depuis quelque temps et sa sœur encore étudiante vivent chez elle et ont quasiment la garde des enfants. Cependant, au-delà de ce soutien maternel, celles-ci ne manquent de critiquer les longues et fréquentes absences de Madame A. C. qui risquent de « nuire au développement harmonieux des enfants. »

En revanche, les contraintes familiales jouent très souvent

contre la performance des activités des entrepreneures. Bien qu'elles soient aidées par des assistant-e-s/employé-e-s, les entrepreneures ont des contraintes semblables à celles des autres femmes peu avantagées par la répartition traditionnelle des rôles homme/femme au sein du foyer. Cela se reflète nettement dans le discours de cette autre enquêtée, 35 ans, mère de 2 enfants, en couple :

clairement leur attachement à la famille bien que cela puisse d'une manière ou d'une autre influencer sur la performance de leurs activités. Cet attachement amène certaines à penser que leurs enfants se porteraient mieux si elles pouvaient renoncer à leur activité professionnelle. Cela nous amène à questionner la perception de ces mères entrepreneures par leurs enfants.

Tableau 6 : Opinions des enquêtées sur ce que pensent leurs enfants de leurs mères

Ce que pensent les enfants de leurs mères	Fréq.
Attentionnée mais pas toujours présente	13,3%
Courageuse le fait d'être seule à m'occuper d'eux	26,7%
Il est encore très petit pour juger	13,3%
Ils me trouvent un peu difficile	6,7%
Ils ne se plaignent pas. Je suis toujours à leurs petits soins	13,3%
Ils se plaignent parce que je suis très souvent partie	6,7%
Ils sont fiers de moi	20,0%
TOTAL	100%

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

Les mères entrepreneures sont diversement appréciées par les enfants. Mais dans l'ensemble, il revient qu'elles sont positivement jugées par ceux-ci. Les a priori qui les font passer aux yeux de leur entourage soit pour des mauvaises mères parce que quasiment absentes, soit pour des mauvaises entrepreneures par manque de compétitivité de leurs activités/entreprises de petites taille très souvent et générant de bas revenus, semblent être remis en cause ici. En effet, à la lecture de ce tableau, il ressort distinctement que 26,7% des mères entrepreneures considèrent que leurs enfants les trouvent « courageuse le fait d'être seule à s'occuper d'eux » alors que selon 20% d'entre elles, les enfants sont « fiers » d'elles. Seulement 13 % des avis énoncés sont négatifs. Celles qui passent pour « difficiles » (6,7%) selon leurs enfants et celles autres dont les enfants « se plaignent parce que très souvent partie » (6,7%).

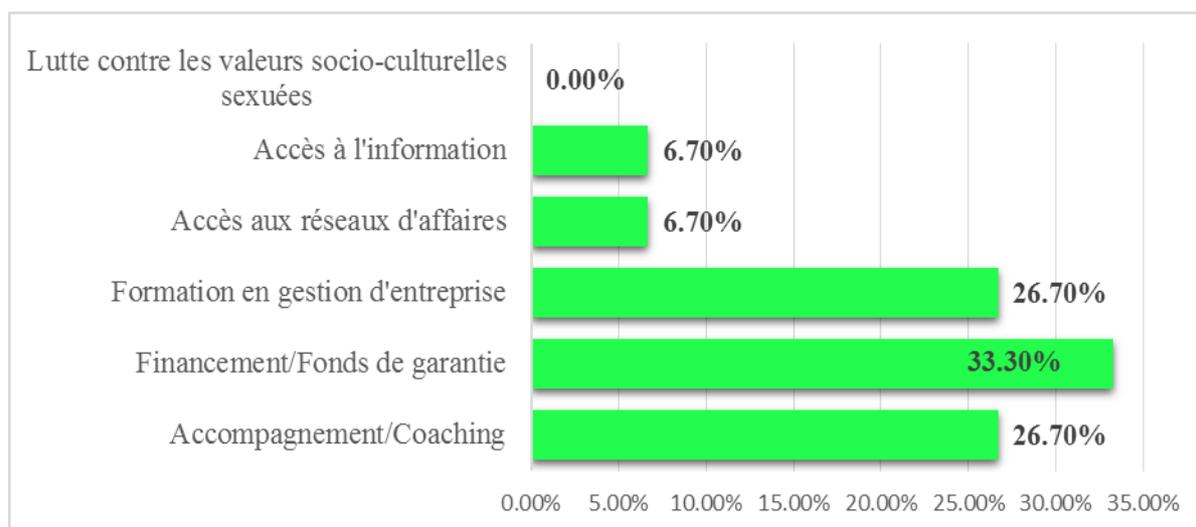
Cette étude révèle ainsi que les enfants de ces ménages comprennent leur situation et même s'ils n'en ont véritablement pas conscience, soutiennent leurs mamans dans les efforts consistant à concilier responsabilités professionnelles et charges familiales. Les liens familiaux s'en trouvent consolidés bien que certains enfants soient parfois psychologiquement déséquilibrés par l'absence de l'autorité du père. Sous la réserve d'une enquête approfondie auprès des enfants afin d'en savoir davantage sur leur éducation, on est tenté d'avancer que le phénomène des femmes entrepreneures chefs de ménage n'est pas que négatif pour l'équilibre familial, comme on le croirait. Certes, les enfants peuvent être influencés négativement par des conflits d'autorité au sein des ménages entre l'homme et la femme (en ce qui concernent les entrepreneures vivant en couple) ou peuvent avoir des troubles de comportements

liés à des sentiments d'isolement et/ou d'abandon à cause de l'absence régulière de leur mère (surtout quand il s'agit d'une famille monoparentale féminine). Mais cette situation peut contribuer à les rendre responsables en les prédisposant à surmonter les difficultés de la vie.

En définitive, l'éducation des enfants ne constitue véritablement pas un problème. Les mères entrepreneures parviennent d'une manière ou d'une autre à développer des stratégies de résilience dans ce sens de par la liberté et les marges de manœuvre qu'offrent leurs activités, dans le choix du lieu, des horaires, de l'ampleur de la charge. Toutefois, en dépit de ce sentiment de contrôle, les entrevues ont révélé quelques contraintes ou besoins à satisfaire pour le développement des activités/entreprises.

2-8. Besoins des mères entrepreneures pour le développement de leurs activités

Quel que soit le domaine dans lequel elles exercent, les mères entrepreneures sont concernées par des besoins similaires. Malgré l'expérience professionnelle de nombre d'entre elles, les enjeux pour le développement de leurs entreprises demeurent importants.

Graphique 4 : Besoins des mères entrepreneures pour le développement de leurs entreprises

Sources : Enquête sur dynamisme entrepreneurial des femmes en Côte d'Ivoire : une étude de cas des femmes chefs de ménage, 2019.

Malgré les nombreuses actions menées et recommandations faites aussi bien par les chercheurs, acteurs du développement que par les gouvernants, le soutien financier à l'entrepreneuriat féminin demeure un enjeu important du développement de notre pays. La récurrence de ce besoin se trouve justifié dans le cadre de cette étude. On a pu constater, en effet, que les besoins exprimés par nos enquêtées en vue du développement de leurs activités/entreprises tournent autour de l'accès aux capitaux. Les données collectées au sujet de cette problématique et présentées dans le graphique attestent clairement que le besoin le plus exprimé par les mères entrepreneures demeure le besoin en capital avec un taux de 33,30%. Outre la recherche de capitaux, pour favoriser le dynamisme de leurs activités, deux autres souhaits ont été massivement formulés par les entrepreneures chefs de ménages. Le besoin de formation en gestion d'entreprise (26,70%) et celui d'accompagnement/coaching (26,70%). Ces trois besoins ne sont pas fortuits. Il est généralement revenu de constater dans le milieu entrepreneurial que les activités/entreprises des femmes, comparativement aux hommes, se créent et fonctionnent généralement à la limite de l'informel (quoiqu'elles détiennent des documents légaux). Cette situation se trouve à tort ou à raison imputable aux stéréotypes sexistes qui, nous le pensions, devrait constituer un souci majeur pour nos enquêtées. Mais l'enquête a révélé le contraire. La lutte contre les valeurs socio-culturelles sexuées n'a visiblement pas gagné l'adhésion des mères entrepreneures comme l'indique les données du graphique. Sous la réserve de recherches plus poussées pouvant mettre un accent sur les facteurs qui sous-tendent cette position, il importe de souligner le changement de paradigme à la lumière de l'évolution du contexte socio-culturel local. La division sexuelle et traditionnelle du travail qui maintenait la femme dans les tâches domestiques ou inférieures tend à disparaître au regard de la crise socioéconomique et de l'apport de l'entrepreneuriat féminin au bien-être de la famille et au développement de la société.

3. Discussion

3-1. Motivations à entreprendre

Les données empiriques de notre étude ont pu montrer que les sources de motivation des mères chefs de ménage ne

diffèrent véritablement pas de celles des entrepreneurs de manière générale. Néanmoins, elles restent largement motivées par les facteurs économiques. La situation socio-économique morose en lien avec les crises successives qu'a connu la Côte d'Ivoire peut justifier ce choix. L'auto-emploi ou l'entrepreneuriat est l'alternative la mieux indiquée dans une société en proie à la crise d'emploi (protégé, formel, décent). Pour des mères seules ou des mères dont le mari exerce une activité à bas revenus, se lancer dans l'aventure de création d'une activité est plus que nécessaire afin de le soutenir, subvenir aux besoins de sa progéniture et à ses besoins propres.

Ces résultats sont en phase avec ceux de Aude d'Andria et I. GABARRET (2017) qui montrent que la décision des « mampreneurs » d'entreprendre est motivée par le fait d'avoir des enfants et en même temps de ne pas vouloir laisser de côté leur vie professionnelle d'une part ; le soutien (affectif et financier) de leur conjoint ou de leurs proches, d'autre part. De fait, les femmes seraient guidées dans le choix d'entreprendre par « l'altruisme communautaire » comme le suggère F-X. ONANA (2009) au-delà de la volonté d'être autonome en ayant un minimum de revenus qui puisse leur permettre de subvenir à leur besoin et être indépendante (L.GBAGUIDI et al., 2017). Dans ces différentes approches, transparait l'influence de l'environnement social, économique ou familial sur le projet entrepreneurial des femmes. Toutefois, les motivations étant très variables, T. Y. COLLINS (2007) a pu relever par ailleurs qu'en plus d'être une source d'emploi et de revenus, l'entreprise représente un défi professionnel et personnel pour certaines d'entre elles qui recherchent la reconnaissance et l'estime de soi. C'est le lieu de mettre un accent sur un aspect symbolique des facteurs qui poussent les femmes à entreprendre. A ce propos, H. LEE-GOSSELIN et al. (2010) ont relevé dans une étude menée auprès de 60 femmes entrepreneures dans la région de la Capitale-Nationale que la motivation à faire de l'argent, comme fin en soi, est peu répandue ; Plus du quart des répondantes ne mentionnent l'argent d'aucune façon parmi les motivations à être en affaires. Ainsi, la motivation à faire de l'argent est secondaire ou non mentionnée par plus de quatre entrepreneures sur cinq.

3-2. Atouts des entrepreneures

Un autre point jugé important dans le cadre de cette recherche concerne les compétences des mères entrepreneures. A cet effet, les résultats relevés dans le tableau 1 montrent bien que nos enquêtées ont plusieurs qualités dont les plus importantes sont la créativité, l'empathie, le sens de l'organisation, la patience/la persévérance, la polyvalence. Uncorpus d'ouvrages ou d'articles permettent d'étayer ces qualités. Dans son analyse des atouts des femmes entrepreneures, C. LUNGI (2002) relève ainsi que les valeurs que les femmes développent dans leurs activités professionnelles au sein de l'entreprise sont généralement celles qu'elles vivent en premier lieu dans leur vie personnelle. Ayant acquis, en tant que mère de famille, des méthodes et une structure mentale « *nées de leur expérience de vie* », elles auraient, cette aptitude à trouver des solutions de compromis en fondant la relation entre la dirigeante et le (la) salarié(e) sur une relation proche de la mère à son enfant (Jonas, Irène, et D. SEHILI, 2007). Sur la base de ces valeurs féminines, nous assistons à l'émergence d'un nouveau modèle d'entrepreneuriat qui aligne opportunités, valeurs féminines et croissance dont elles ont besoin pour réussir. Par-dessus tout, les qualités qui leur semblent les plus importantes pour favoriser le succès de la femme en affaires sont la détermination, le goût de la réussite, l'aptitude à communiquer, la discipline et le leadership (M-H. LEGARE, 2000).

3-3. Conciliation vie professionnelle et vie familiale

Une des contributions de cette communication est de mettre un accent sur les capacités des entrepreneures à se surpasser dans leur projet entrepreneurial tout en jouant convenablement leur rôle de mères de famille. Il ressort des résultats obtenus que le fait d'exercer des activités libérales offre à nos enquêtées des marges de manœuvre dans la gestion de leurs ménages. Dans la majorité des cas étudiés, les femmes nient être dérangées dans leur travail par leurs responsabilités familiales. La taille réduite des ménages et des entreprises, par exemple, peuvent être des facteurs susceptibles d'expliquer le fait que ces femmes sont « *très peu dérangées* », voire « *pas du tout dérangées* » par leurs responsabilités familiales (L. GHEDDACHE, 2016). Il serait toutefois intéressant de souligner une nuance selon que les entrepreneures soient diplômées ou non, appartiennent à des couches sociales moyennes ou aisées. Les femmes très diplômées ont de bonnes raisons de privilégier l'emploi et la carrière. Leur formation leur permet d'espérer un travail intéressant, une reconnaissance par le travail et une rémunération conséquente. De ce fait, elles ont dans l'ensemble moins d'enfants que les autres femmes. Quand elles ont des enfants, elles continuent volontiers de travailler, d'autant que leurs moyens financiers leur permettent d'employer quelqu'un qui pourra s'occuper des enfants. Au contraire, les femmes peu diplômées donnent plutôt la priorité à la vie familiale. Elles vivent rarement seules et constituent des descendance en moyenne plus nombreuses. Lorsqu'elles ont trois enfants, elles abandonnent souvent leur emploi, surtout s'il est mal payé et peu valorisé. Pour ces femmes, il est plus satisfaisant d'élever elles-mêmes leurs enfants (G. DESPLANQUES, 1994). Bien que pertinent, cet aspect du phénomène s'observe davantage dans le cadre du travail salarié. Pour ce qui est des activités libérales, l'équilibre entre les deux vies peut prendre des formes variées. L'étude

de C. CAILLAUD (2008) explique ainsi qu'il n'existe donc pas de choix qui soit préférable à un autre. Pour elle, certaines personnes vont accorder plus d'importance au travail pendant la semaine mais exiger d'être tranquilles le week-end alors que d'autres préféreront faire des journées plus courtes mais rester connecté à l'entreprise. De toute évidence on note une similitude avec les résultats de notre étude.

3-4. De l'éducation des enfants

L'entrepreneuriat donne les moyens aux femmes de s'émanciper. Mais il est un bon sésame pour l'éducation de leurs enfants. L'OIT (2008) n'a pas manqué de soulever un coin de voile sur cet impact primordial à la stabilité de la famille. Dans presque tous les cas où des femmes ont acquis des connaissances et des compétences relatives à l'entreprise, sur l'accès aux nouveaux marchés et au financement, aux services d'appui et aux moyens de rejoindre des réseaux et des groupes, elles ont constamment canalisé leur toute nouvelle autonomie et leurs revenus pour garantir à leurs familles les ressources nécessaires pour envoyer leurs enfants à l'école plutôt qu'au travail. Cette approche de l'OIT développée autour de l'école est beaucoup plus précise comparativement à notre analyse plus globale sur le bien-être des enfants. L'étude de C. VAMPO (2018) sur les itinéraires de réussite de 35 femmes au Togo s'inscrit dans cette logique. Elle révèle ainsi qu'en plus d'être cheffes d'entreprise, elles ont intériorisé le statut de bonne épouse puis de bonne mère dont la mission est de transmettre une pleine attention, un capital scolaire et un patrimoine matériel à ses enfants. Certaines études ont mis l'accent sur l'autonomie des enfants, par ailleurs. A ce propos, H. LEE-GOSSELIN et A. HAWO (2014) ont pu démontrer que l'autonomie des enfants n'est pas tant liée à leur âge qu'à leur capacité à faire différentes tâches par eux-mêmes, allégeant ainsi la charge de leur mère entrepreneure. La capacité de certaines femmes à se délester de certaines tâches ou responsabilités et de laisser leurs enfants faire leurs apprentissages et assumer ces tâches pour leur propre bénéfice ou celui de la famille, est un enjeu.

3-5. Soutiens aux mères entrepreneures

Nos enquêtes révèlent que les besoins des mères entrepreneures en vue du développement de leurs activités/entreprises tournent autour de l'accès aux capitaux, la formation en gestion d'entreprise et l'accompagnement/coaching. Ces résultats recourent les conclusions du Centre du commerce international (2015). Elles soulignent le besoin d'adopter une approche multidimensionnelle et coordonnée visant à éliminer des barrières pour les femmes entrepreneurs en supprimant plusieurs obstacles immédiatement et en coordonnant le travail des différentes parties prenantes ; cela, dans l'optique d'augmenter la participation des femmes aux échanges à travers un meilleur accès au financement, un meilleur accès aux informations sur les marchés, au renforcement des capacités et la formation. Il convient de relever par ailleurs, que la mise en place d'un cadre institutionnel pouvant examiner les situations entrepreneuriales des femmes de manière plus spécifique s'avère nécessaire à cet effet (S. SIMEN et I. D. DIOUF, 2013).

Outre ces mesures et compte tenu de la présence importante

d'obstacles de nature socioculturelle (sexisme, stéréotype, contexte familial, etc.), des initiatives visant à modifier les attitudes et les perceptions, tant des femmes que des acteurs au sein de leur milieu de vie, permettraient à ces dernières de considérer davantage la carrière entrepreneuriale comme un choix de vie et un choix professionnel. Pour ce faire, une solution pertinente à plus long terme serait la mise en place d'espaces éducatifs destinés à la sensibilisation entrepreneuriale chez les jeunes femmes (Chaire en entrepreneuriat et innovation de l'Université Laval, 2016).

Conclusion

De plus en plus de programmes et de recherches ciblant les femmes sont menés ces dernières années au regard des nouveaux enjeux du développement. Mais les réalités quotidiennes tant en entreprise que pour la vie courante des cheffes de familles ont été rarement approchées. Spécialement dans notre cas, nous ouvrons une lucarne sur un terrain complexe où les entrepreneures sont non seulement femmes, mères mais cheffes de ménages. Ces mères ont-elles des qualités spécifiques les distinguant des autres entrepreneures dans leurs pratiques de création et de gestion d'entreprise ? Les facteurs à la base de leurs motivations à entreprendre sont-elles différents comparés aux autres femmes ? Comment réussissent-elles à concilier vie professionnelle et vie familiale ? C'est à ces questions que nous avons cherché à apporter des éléments de réponse. L'analyse des résultats de la présente étude fait ressortir des facteurs partagés et spécifiques motivant la décision entrepreneuriale de nos enquêtées. Néanmoins, elle permet de mettre en évidence que les entrepreneures mères seules ou en couples qui se lancent dans des activités sont plus motivées par la recherche d'autonomie et la satisfaction des besoins se résumant, en somme, aux facteurs économiques. L'entrepreneuriat, pour ces femmes, demeure donc une nécessité voire la seule et meilleure alternative pour s'en sortir. En plus d'avoir des atouts comme tout entrepreneur en termes de créativité, d'empathie, de sens de l'organisation, de patience/ persévérance, de polyvalence, elles sont bien outillées pour jouer convenablement leur rôle de mères de famille en dépit de quelques difficultés quel que soit leur statut matrimonial. Notre recherche présente quelques limites toutefois. Nous n'avons pas pu mettre en évidence les récits de vie sur des cas spécifiques des mères entrepreneures ainsi que l'historique qui va avec les entreprises créées et la dynamique les concernant. Les prochaines études sur la problématique devront prendre en compte ces éléments dans une perspective plus approfondie.

References

1. AHL H.J., 2003, « *The scientific reproduction of gender inequality : A discourse analysis of research articles on women's entrepreneurship* », *The 5th European Feminist Research Conference*, 20-24 août, Lund University, Suède, 17 -110.
2. BOUDON R. et FILIJEULE R, 2015, « *Les méthodes en sociologie* », *QUE SAIS-JE? Treizième édition mise à jour*, 108e mille, 124 p.
3. BOURGAIN M. & CHAUDAT, P., 2015, « *Vie professionnelle et maternité: représentations comparées de jeunes entrepreneures et cadres en TPE et PME en croissance.* », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 14(2), 83-108.
4. BRUSH C.G., 1990, « *Women and Entreprise Creation* », in *Enterprising Women: Local Initiatives for Job Creation*, Ed. Sara K. Gould and Julia Parzen (Paris/OCDE), P. 37.
5. 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.
6. CAILLAUD C., 2008, *Concilier travail et vie privée*, Edition Eyrolles, 177 p.
7. Centre du commerce international (ITC), 2015, *Libérer l'accès des femmes entrepreneurs aux marchés*, Genève : ITC, Xiv, 64 pages.
8. Chaire en entrepreneuriat et innovation de l'Université Laval, 2016, *Entrepreneuriat féminin autochtone : Portrait des obstacles, des facteurs facilitants et des mesures de soutien spécifiques*, Conseil du statut de la femme, Québec, 46p.
9. COLLINS T. Y., 2007, *Gender Differences in Entrepreneurship: A Study of Entrepreneurship in Two Midwestern Counties*, Capella University, Minneapolis.
10. CONSTANTINIDIS C., 2015, « *Femmes entrepreneures* », in Pierre-Marie Chauvin et al., *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) « Références », p. 287-300.
11. CONSTANTINIDIS C. et al., 2017, « *L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc.* » *Revue internationale P.M.E.*, volume 30, numéro 3-4, p. 37-68.
12. BONNETIER C., 2005, *les freins et moteurs de L'entrepreneuriat féminin, cybernautes/conseil régionale lorraine*, Lorraine, 48 p.
13. D'ANDRIA, A. et GABARRET, I., 2017, « *Mères et entrepreneures : étude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs françaises* ». *Revue internationale P.M.E.*, 30, (1), 155-181. <https://doi.org/10.7202/1039789ar>.
14. DESPLANQUES G., 1994, « *Concilier vie familiale et vie professionnelle* ». In: *Recherches et Prévisions*, n°36, juin 1994. *Entre la vie professionnelle et la vie familiale*. pp. 11-24.
15. DOUBOGAN Y. O., 2016, "Déterminants de l'entreprenariat féminin au Bénin", in *revue des études multidisciplinaires en sciences économiques et sociales*, N° 2, Juillet.
16. GBAGUIDI L. et al., 2017, « *Motivations intergénérationnelles des femmes entrepreneures : étude de cas au Bénin en Afrique de l'Ouest* », In XXVIe Conférence Internationale de Management Stratégique, Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Lyon.
17. GHEDDACHE L., 2016, « *Etude des motivations des femmes à la création d'entreprise* » In *El-Bahith Review* n°16, Alger.
18. Institut National de la Statistique, 2003., *Enquête 1-2-3 : premiers résultats de l'enquête emploi (phase 1)*, Projet PARSTAT, Abidjan.
19. JONAS I., et SEHILI D., 2007, « *De l'inégalité à la différence. L'argumentation naturaliste dans la féminisation des entreprises* », *Sociologies pratiques*, vol. 14, no. 1, pp. 119-131.

20. LEE-GOSSELIN H. et al., 2010, *Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale*, Chaire Claire-Bonenfant – Femmes, Savoirs et Sociétés, Université Laval.
21. LEE-GOSSELIN H. et HAWO A., 2014, *Portrait et réalités de femmes entrepreneures immigrantes à Québec: une étude exploratoire*, Conférence régionale des élus Capitale-Nationale, 90 p.
22. LEBEGUE T., 2011. *Le processus entrepreneurial des femmes en France*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion Université du Brest.
23. LEGARE M-H., 2000, *La performance de l'entreprise en fonction du sexe du propriétaire : l'entrepreneuriat féminin et le cas des PME manufacturières québécoises*, Mémoire Science de gestion, Québec, 129 p.
24. LUNGHI C., 2002, *Et si les femmes réinventaient le travail...*, Paris, Eyrolles, p. 3.
25. OIT, 2008, *Entrepreneuriat et éducation: de l'émancipation des femmes à l'apprentissage des enfants*, https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_094241/lang--fr/index.htm
26. ONANA F-X., 2009, *Les motivations des femmes à entrer en affaires au Cameroun*, Colloque international, la vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé, 11^e journées scientifique du réseau entrepreneuriat, INRPME-AUF-AIREPME, 27 au 29 mai 2009, p. 17.
27. RACHDI F. E., 2016, *l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une approche par le réseau personnel*, Thèse de Doctorat, Université Hassan Ier, Settat.
28. SIMEN S. et DIOUF I. D., 2013, *Entrepreneuriat féminin au Sénégal: vers un modèle entrepreneurial de " nécessité " dans les pays en développement?* CAM, Dakar, Sénégal. halshs-01782047.
29. STIVELL, M. M. P. J et ZHAN P. J., 2014, «L'impact de la microfinance sur l'intention des femmes entrepreneurs: le cas du Congo Brazzaville», *Revue internationale de la science et de la recherche*, vol. 3, n° 10, p.1167-1175..
30. VAMPO C. [En ligne], « *Les cheffes d'entreprise et jeunes entrepreneures de Lomé (Togo): des « superwomen » de la double journée de travail professionnel et domestique ?* », *Enfances Familles Générations*, 29 | 2018, mis en ligne le 15 mai 2018, consulté le 16 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/efg/>.