

ENTREPRENEURIAT FÉMININ AU MAROC : UNE ÉTUDE COMPARATIVE ENTRE LES ENTREPRISES PRIVÉES ET LES COOPÉRATIVES DE LA RÉGION SOUSS MASSA

ABOUSAID Fatima-Zohra, DEHBI Sara, DRISSI Selma (Doctorantes), ANGADE Khadija (Ph.D)

Laboratoire de Recherche en Entrepreneuriat, Finance et Audit (LaREFA).

ENCG Agadir, Université Ibn Zohr

Email : fatima-zohra.abousaid@edu.uiz.ac.ma ; sara.dehbi@edu.uiz.ac.ma ; salma.drissi@edu.uiz.ac.ma

Résumé :

Au cours des dernières années, l'entrepreneuriat féminin au Maroc a enregistré un essor significatif grâce aux changements qu'a connus le pays (scolarisation des femmes après l'indépendance, libéralisation de l'économie, cadre incitatif avantageux). En effet, la femme marocaine a bénéficié de plusieurs réformes institutionnelles et sociétales, lui favorisant son émancipation et sa contribution au développement du pays. En 2015, la région Souss Massa, caractérisée par une solide infrastructure créatrice de richesse et d'emploi, a enregistré la création de 2.106 entreprises privées, dont 589 entreprises où la femme est l'une des représentants ou associés (OMPIC, 2015). De surcroît, la région a recensé un total de 1.395 coopératives créées dans tout secteur confondu, dont 334 sont purement féminines, avec un total de 38.113 adhérents (ODCO, 2015). Ainsi, ces statistiques nous amènent à nous demander ce qui pousse les femmes entrepreneures marocaines à la création soit d'une coopérative soit d'une entreprise privée. Aussi, nous nous interrogeons sur les différents obstacles auxquels elles se heurtent tout au long de leur activité entrepreneuriale.

La présente communication tentera donc de répondre à cette problématique, en procédant à un rapprochement entre les entreprises privées et les coopératives, afin de dégager les spécificités des femmes entrepreneures marocaines de la région Souss Massa (Maroc).

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, Femmes entrepreneures marocaines, Entreprises privées, Coopératives, Région Souss Massa.

Introduction et Cadrage théorique :

Reconnu au niveau international, l'entrepreneuriat au féminin jouit d'un réel engouement, considérant la participation de la femme au cœur de toute perspective de développement économique d'une région ou d'un pays. En effet, au cours de la dernière décennie, les femmes ont réalisé des progrès substantiels en matière de santé et d'éducation, ainsi que dans les domaines politiques et économiques (OCDE, 2004; Kelley et al., 2015). Ces réalisations encourageantes témoignent de l'avancée des programmes d'équité entre genre (féminin et masculin), à un moment où l'esprit d'entreprise est reconnu comme critique pour l'économie et le développement durable du pays. Compte tenu du défi global de l'emploi, il est impératif de permettre aux femmes, composant la moitié de la population mondiale, de participer dans les activités économiques de leur pays, de manière constructive (Kelley et al., 2015). Ainsi, les chercheurs considèrent l'entrepreneuriat comme étant un élément clé des stratégies transversales qui permettent aux économies de bénéficier des talents, de l'énergie et des idées, en d'autres termes du potentiel productif, que les femmes apportent au marché du travail.

Depuis les années 80, les taux de participation des femmes entrepreneures ont tendance à la hausse partout dans le monde, notamment dans les pays développés : les États-Unis, le Canada, l'Australie et la Finlande dont les taux sont les plus élevés. En ce qui concerne l'Afrique, une forte proportion de femmes a l'intention de démarrer une entreprise dans un proche avenir. Dans un certain nombre de régions, les femmes abordent l'équité entre les sexes dans les intentions entrepreneuriales, notamment l'Amérique latine et les Caraïbes, l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Asie et l'Océanie (Hughes, 2015; Kelley et al., 2015). Le Moyen-Orient, cependant, malgré les intentions élevées, présente parmi les moyennes régionales les plus faibles pour le taux d'activité entrepreneuriale¹ (TEA) et parmi les plus grandes lacunes régionales de genre (World Bank Gender Report, 2015).

Il en va de même pour le Maroc qui enregistre un faible taux de femmes entrepreneures, ne représentant que 10% de l'ensemble de la population, selon le dernier rapport de l'AFEM (2015). Malheureusement, la femme marocaine est à la base marginalisée au sein de l'entreprise, au niveau du recrutement ou de la formation. La préférence masculine est très marquée chez les managers marocains ayant une vision conservatrice et traditionnelle, en considérant que le monde des entreprises est une affaire d'hommes (El Khayat, 1992; Guerraoui et Affya, 2009). Dès lors, entreprendre pour une femme représente un réel défi, dû

¹ Taux d'Activité Entrepreneuriale (TAE) :

à la panoplie des contraintes socioculturelles et économiques auxquelles elle se voit confrontée au quotidien (Guerraoui et Affya, 2009; AFEM, 2015).

L'entrepreneuriat féminin au Maroc est alors considéré comme une révolution contre certaines résistances sans valeurs qui font de la femme un être incapable d'entretenir un projet d'entreprise, ou d'aborder le domaine des affaires économiques, qualifié de « masculins » (Combe, 2001; AFEM, 2015; Chamlou et Karshenas, 2016). Or, cette impulsion de la femme vers le milieu des affaires économiques ne date pas aujourd'hui, puisqu'elle remonte dans le temps où la femme musulmane riche entretenait des affaires de commerce, à l'instar de la femme du prophète Mohammed. Par conséquent, si la religion ou encore les aptitudes psychologiques et intellectuelles de la femme lui procurent le droit et la capacité d'entreprendre son projet d'entreprise, pourquoi l'entrepreneuriat féminin au Maroc soit aussi discret ?

Plusieurs formes d'entrepreneuriat ont été recensées au Maroc, à l'instar des entreprises privées, des coopératives, des auto-entrepreneurs...etc. Dans ce papier, nous nous focalisons sur deux types de création entrepreneuriale, en faisant un rapprochement des principales motivations des femmes entrepreneures et des difficultés qui entravent l'activité entrepreneuriale aussi bien des entreprises privées féminines que celle des coopératives féminines.

La première forme d'entrepreneuriat se résume dans les entreprises privées, qui sont à l'ordre de 510.427 entreprises marocaines (dirigées par les hommes et les femmes) dans tout secteur confondu, à fin 2016 (OMPIC, 2017). Concernant les entreprises dirigées par les femmes, avec des parts égales ou majoritaires, l'AFEM (2015) les estime à 51.043 entreprises, soit 10% de l'ensemble des entreprises marocaines. En reprenant les données de l'étude de l'AFEM (2015), qui a analysé un échantillon de 400 entreprises féminines, ces dernières sont réparties partout dans les douze régions du Maroc, avec toutefois une surreprésentation au niveau du Grand-Casablanca (à hauteur de 62% de l'échantillon). La région Souss Massa, quant à elle, comprend 4% des entreprises dirigées par les femmes par rapport à l'ensemble de l'échantillon ; juste après la région de Rabat-Salé-Zemmour-Zaer et de Marrakech-Tensift-Al-Haouz. Pour ce qui est du secteur d'activité, les services sont à la tête, avec un taux de 56% de l'échantillon, combiné avec 21% pour le commerce ; enfin 23% seulement opèrent dans le secteur de l'industrie/BTP. Autre point essentiel à mentionner est la taille de ces entreprises qui sont, à 62% de l'échantillon, des Très Petites Entreprises (de 2 à 19 employés) et 36%

d'entre-elles sont des Petites et Moyennes Entreprises, contre seulement 2% qui sont des Grandes Entreprises.

Quant à la deuxième forme, lié au domaine scientifique de l'économie sociale et solidaire, le Maroc connaît un réel engouement dans la sphère des coopératives, tant au niveau national que régional. A fin 2014, les statistiques de l'Office du Développement de la Coopération (ODCO) recensent la création de 15.735 coopératives marocaines, avec un total de 484.231 adhérent(e)s, dans toutes les régions et dans tout secteur confondu. La région Souss Massa détient la sixième position en termes de création de coopératives (juste après les régions Tanger-Tetouan-Al Hoceima (4^{ème}) et Marrakech-Safi (5^{ème})), soit 1.526 coopératives créées à fin 2016, principalement dans les secteurs de l'agriculture et de l'artisanat, à hauteur de 71% et 10% respectivement.

Par conséquent, notre problématique de recherche se présente comme suit : Les facteurs incitant les femmes à se lancer dans les affaires sont-ils différents d'une forme à une autre ? Quel est l'impact des difficultés qui entravent l'activité entrepreneuriale des femmes sur le développement de l'entreprise féminine privée et sur le développement de la coopérative féminine ?

Pour ce faire, notre papier tentera d'explorer les capacités et les difficultés de chacune des deux formes d'entrepreneuriat féminin, à savoir l'entreprise privée et la coopérative. Ce rapprochement nous conduira par la suite à déterminer les raisons pour lesquelles une femme entrepreneure choisira de créer soit une entreprise privée soit une coopérative féminine.

1. Modèle conceptuel et hypothèses de recherche :

Inspirées par le modèle de recherche proposé par Mione (2002) et d'autres modèles théoriques tirées de la revue de littérature, les variables à mobiliser pour notre étude sont les capacités de la femme entrepreneure, ses difficultés et l'événement entrepreneurial féminin.

1.1. Les capacités :

Mione (2002) regroupe cette variable en trois principales dimensions, à savoir les compétences, les ressources et les motivations.

En premier lieu, les compétences de la femme entrepreneure sont synthétisées dans son éducation et ses expériences professionnelles. Dans le rapport national de l'AFEM (2015) sur le vivier entrepreneurial féminin du Maroc, la femme entrepreneure qui crée une entreprise

privée atteint généralement le niveau des études supérieures, soit dans le cadre d'une licence (30% par rapport à un échantillon de 400 femmes entrepreneures marocaines), soit d'un master (à hauteur de 23%). En outre, la majorité de ces femmes (73%) ont une expérience professionnelle antérieure, en considérant le salariat comme un tremplin pour capitaliser une expérience avant de se lancer dans les affaires. A contrario, les études sur les coopératives féminines ont montré que les femmes n'ont pas un niveau d'instruction et sont parfois analphabètes (Elkandoussi et al., 2011; Megder et Badir, 2016).

La deuxième dimension relative aux compétences se résume dans les ressources qui peuvent être soit personnelles et/ou familiales, soit émanant d'autres sources. Selon l'AFEM (2015), les principaux moyens mobilisés pour la création de l'entreprise privée était la mobilisation d'un pécule personnel, principalement une épargne personnelle ; et la participation au capital de la part des membres de la famille. Pour ce qui est des coopératives, les ressources émanent généralement d'un apport personnel modeste, d'un don ou d'une subvention nationale et/ou internationale (Ahrouch, 2011).

Enfin, la troisième dimension des compétences met en exergue les motivations de la femme entrepreneure, c'est-à-dire ses raisons pour se lancer dans les affaires. Les résultats de l'AFEM (2015) ont montré que deux principaux cas ont conduit la femme entrepreneure à créer une entreprise féminine. Le premier est lié à ses responsabilités familiales, à l'instar d'une démission du statut de salarié, suite à l'arrivée d'un enfant ou encore d'une réflexion sur les aspirations pour l'avenir et d'un recul sur les contraintes du statut de salariée. Le deuxième cas de figure est représenté par les conflits émanant de son emploi précédent, tels que des discriminations ou harcèlement entravant le travail de la femme ou alors une simple démission due à des visions divergentes. En outre, l'appartenance à un réseau d'affaires, comme un groupement ou une confédération pour les coopératives et une association pour les entreprises privées, est lié significativement à la décision d'entreprendre et aux difficultés que rencontrent les femmes entrepreneures.

1.2. Les difficultés :

Au Maroc, les différents obstacles et contraintes sont souvent étroitement imbriqués et contribuent à la construction d'un environnement global peu favorable à l'épanouissement des femmes entrepreneure (AFEM, 2015). L'ensemble de ces obstacles connaît une certaine évolution favorable dans le temps, mais demeure existants jusqu'à nos jours. Les résultats de l'étude de l'AFEM (2015) ont montré que trois obstacles qui avaient un impact négatif majeur

sur l'entrepreneuriat féminin en 2004 ne sont plus à l'ordre du jour. Il s'agit, premièrement, des procédures et relations administratives que les femmes entrepreneures jugent désormais beaucoup plus simplifiées. Deuxièmement, l'accès au financement bancaire ne pose plus problème, dans la mesure où il n'y a plus de discrimination à l'égard des femmes de la part de l'octroi des crédits. Et troisièmement, le recrutement n'est pas un obstacle en soi à la femme entrepreneure, mais reste à étudier puisque celle-ci a tendance à rester très impliquée dans la production et a donc du mal à déléguer. Ceci étant dit, les principaux problèmes relatifs à l'entreprise privée dirigée par la femme entrepreneure de nos jours sont : des difficultés liées au poids des mentalités, des problèmes avec les clients et accès au marché et enfin des difficultés liées à la vie familiale (AFEM, 2015).

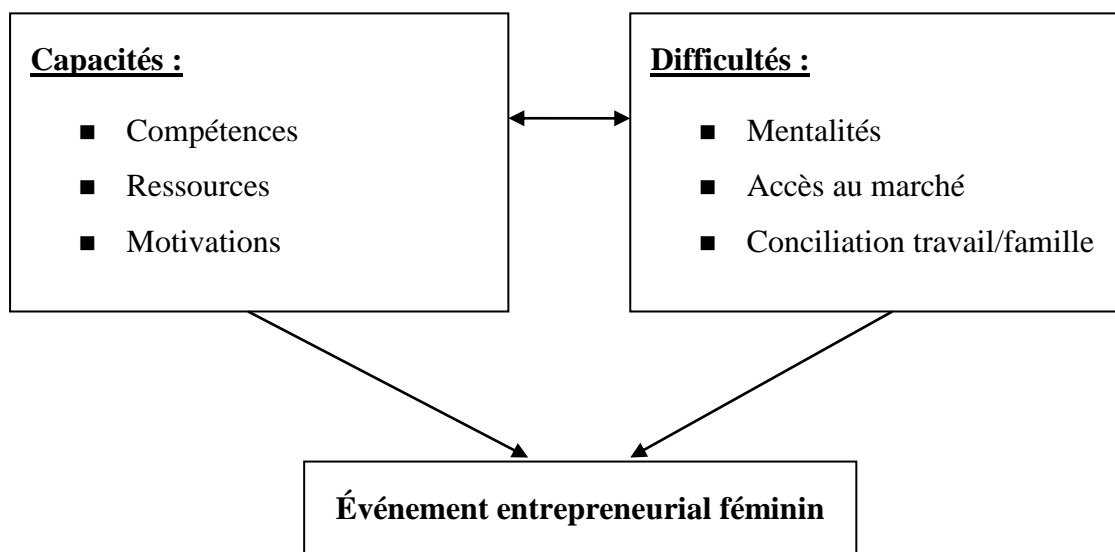
Pour la majorité des coopératives féminines, Damamme (2011) recense le même type de problèmes spécifiques à la femme entrepreneure, à savoir : des problèmes liés au capital nécessaire au démarrage, des problèmes d'approvisionnement, des problèmes de commercialisation des produits et des problèmes liés à la mentalité. Une étude réalisée par (Lokmane, 2011) a montré que les coopératives sont capables de produire des articles de qualité, mais ne savent pas répondre à la demande du marché, ou chercher des acheteurs potentiels. Elles se contentent de produire, stocker et attendre que quelqu'un passe par là, ou qu'une administration leur propose une exposition. En outre, la coopérative se trouve obligée d'adopter une démarche marketing dans un environnement d'économie de marché, et d'établir ainsi un plan « marketing mix » pour vendre ses produits et services. Pour cette même étude, ces coopératives sont confrontées au manque d'études de marché, à l'inadaptation des produits et services aux goûts des consommateurs, à l'absence des politiques de prix des concurrents et des plans de distribution des produits et services.

1.3. L'événement entrepreneurial féminin :

Selon le modèle de Lacasse (1990), cette variable est mesurée par quatre items : la création ex-nihilo de l'entreprise, un achat d'une entreprise existante, une intégration sur invitation, ou encore un héritage. Grosso modo, cet événement entrepreneurial est influencé directement par les capacités de la femme entrepreneure, ses motivations, ses obstacles et son environnement d'affaires.

De là, nous présentons notre modèle conceptuel comme suit :

Figure 1 : Conceptualisation du modèle de recherche



Notre hypothèse principale stipule qu'il existe des convergences entre l'événement entrepreneurial féminin lié à une entreprise privée et une coopérative. Il en découle deux sous-hypothèses présentées comme suit :

H1 : L'événement entrepreneurial féminin est différent d'une entreprise privée à une coopérative.

H1.1. L'impact des capacités sur l'événement entrepreneurial féminin d'une entreprise privée est différent que celui d'une coopérative.

H1.2. L'impact des difficultés sur l'événement entrepreneurial féminin d'une entreprise privée est différent que celui d'une coopérative.

2. Méthodologie de recherche :

Dans ce papier, nous avons mené une étude quantitative, moyennant un questionnaire, auprès d'un échantillon de 30 entreprises privées dirigées par une femme entrepreneure et de 30 coopératives féminines. Notre échantillon a été sélectionné en fonction de la disponibilité des femmes entrepreneures de la région Souss Massa. Aussi, nous avons choisi de cibler le secteur de l'industrie par souci d'homogénéité des comparables, puisque la majorité des coopératives de la région opèrent dans la production d'Argan (68% à fin 2014) et dans l'artisanat (13%). Sur 60 questionnaires administrés, nous avons collecté l'ensemble des données avec un taux de réponse de 100%.

2.1. Mesure des variables :

Le tableau ci-dessous résume l'ensemble des variables et leur mesure, telles qu'elles ont été codifiées sur le logiciel SPSS 20.0 :

Tableau 1 : Descriptif des variables du modèle de recherche

Variables	Dimensions	Items
<u>Variable dépendante :</u>		
Événement entrepreneurial féminin	Type de société	1 : Entreprise privée
		2 : Coopérative
	Forme d'acquisition	1 : Création ex-nihilo
		2 : Achat
		3 : Invitation d'un partenaire
		4 : Héritage
<u>Variables indépendantes :</u>		
Capacités	Compétences	- Niveau d'instruction (0 : Aucun, 1 : Primaire, 2 : Secondaire, 3 : Supérieure, 4 : Formation professionnelle)
		- Domaine de formation
		- Expériences professionnelles antérieures (0 : sans expérience, 1 : Salariée, 2 : Fonctionnaire)
		- Expériences dans le secteur industriel (0 : Non, 1 : Oui)
	Ressources	- Capital initial (1 : Apport personnel, 2 : Aide familiale, 3 : Prêt bancaire, 4 : Subvention/Don, 5 : Prêt hors la banque)
		- Financement Investissement (0 : aucun, 1 : Excédents, 2 : Fonds propres, 3 : Aide familiale, 4 : Prêt bancaire, 5 : Prêt hors la banque)
		- MOD (0 : Aucune MOD, 1 : MOD)

		technique, 2 : MOD qualifiée, 3 : MOD expérimentée)
	Motivations	<ul style="list-style-type: none"> - Motivations personnelles (1 : Besoin d'indépendance, 2 : Amour de défi, 3 : Contraintes familiales, 4 : Démission) - Motivations externes (1 : Initiative d'un membre fondateur, 2 : Invitation d'un partenaire/ami, 3 : Parents entrepreneurs, 4 : Appartenance à un réseau)
Difficultés	Culturelles	<ul style="list-style-type: none"> - Problème des mentalités traditionnelles (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours) - Discrimination envers la femme (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours) - Problème de la société patriarcale (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours) - Problèmes liés à la vie familiale (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours)
	Accès au marché	<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'accompagnement (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours) - Problème de réseautage (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours) - Difficulté d'accès à l'information (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours) - Problème au niveau des délais de paiement des clients (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours)

Gestion quotidienne

- Problème de disponibilité des ressources humaines qualifiées (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours)
- Problème d'accès au financement (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours)
- Manque de formation en gestion d'entreprise/coopérative (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours)
- Difficultés liées à la commercialisation des produits (1 : Jamais, 2 : Rarement, 3 : Moyen, 4 : Souvent, 5 : Toujours)

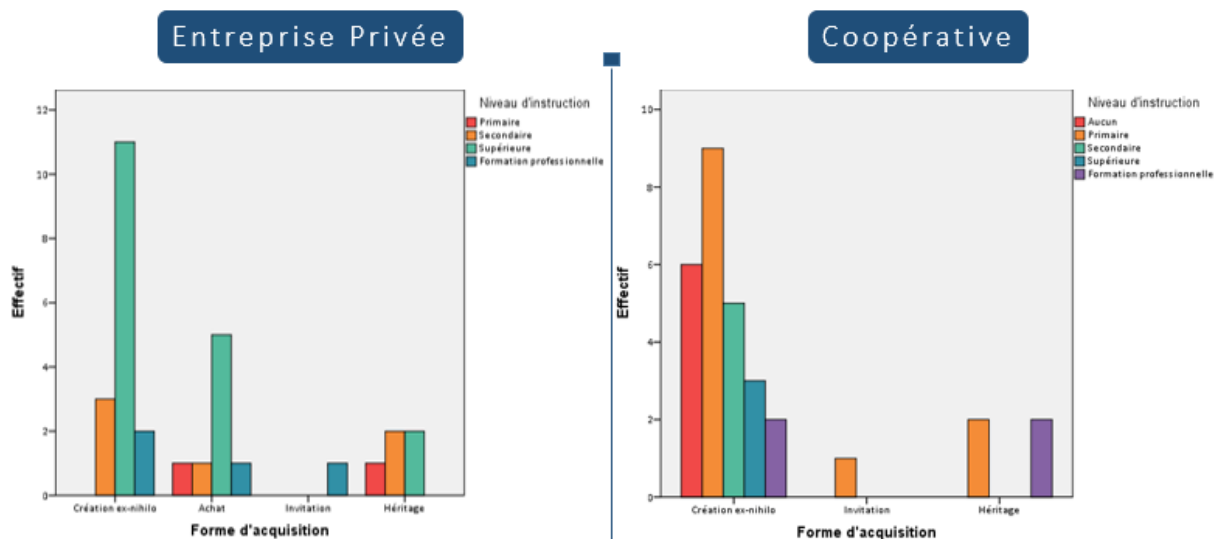
Source : Réalisé par les auteurs

3. Analyse et discussion des résultats :

3.1. Analyse descriptive :

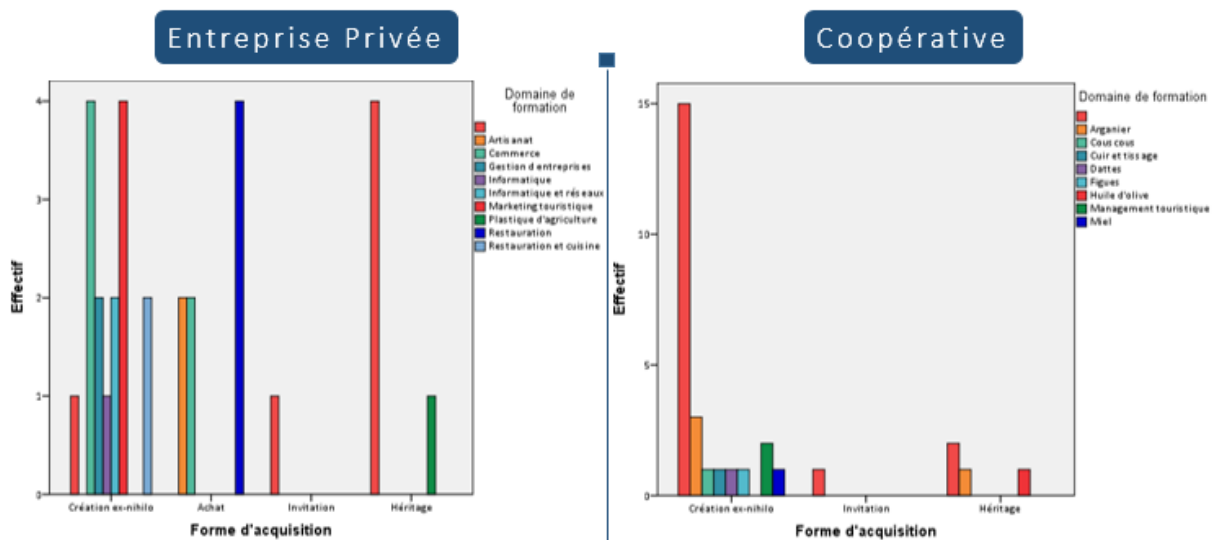
Les résultats de notre étude exploratoire ont permis de dégager un aperçu descriptif de notre échantillon de femmes entrepreneures marocaines de la région Souss Massa. Premièrement, comme le montre la figure 2, plus que la moitié de ces femmes ayant des entreprises privées ont un niveau d'instruction assez élevé, c'est-à-dire qu'elles ont fait des études supérieures. Tandis que les femmes ayant des coopératives ne sont pas aussi instruites que l'autre catégorie.

Figure 2 : Niveau d'instruction des Femmes Entrepreneures



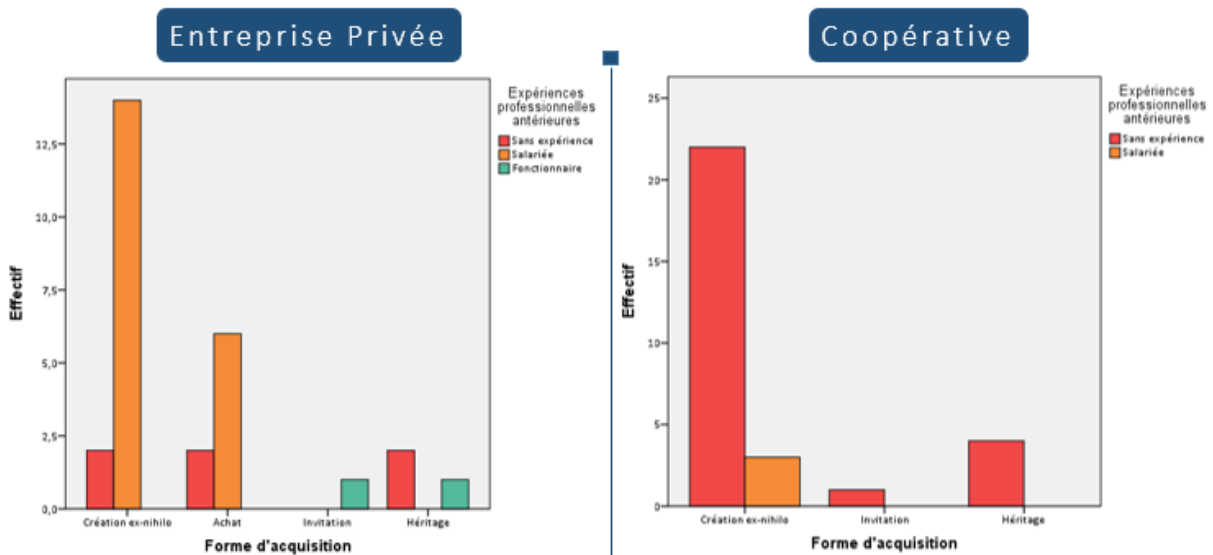
Deuxièmement, en ce qui concerne le domaine de formation (Cf. figure 3), nous constatons une diversification des domaines concernant les entreprises féminines. Parmi les plus prédominants, nous trouvons le commerce, la restauration ou encore le marketing touristique. Par contre, en ce qui concerne les coopératives féminines, nous remarquons une légère diversification de domaines de formation, assez différents de ceux des femmes entrepreneures dirigeantes d'entreprises privées.

Figure 3 : Domaine de formation des Femmes Entrepreneures



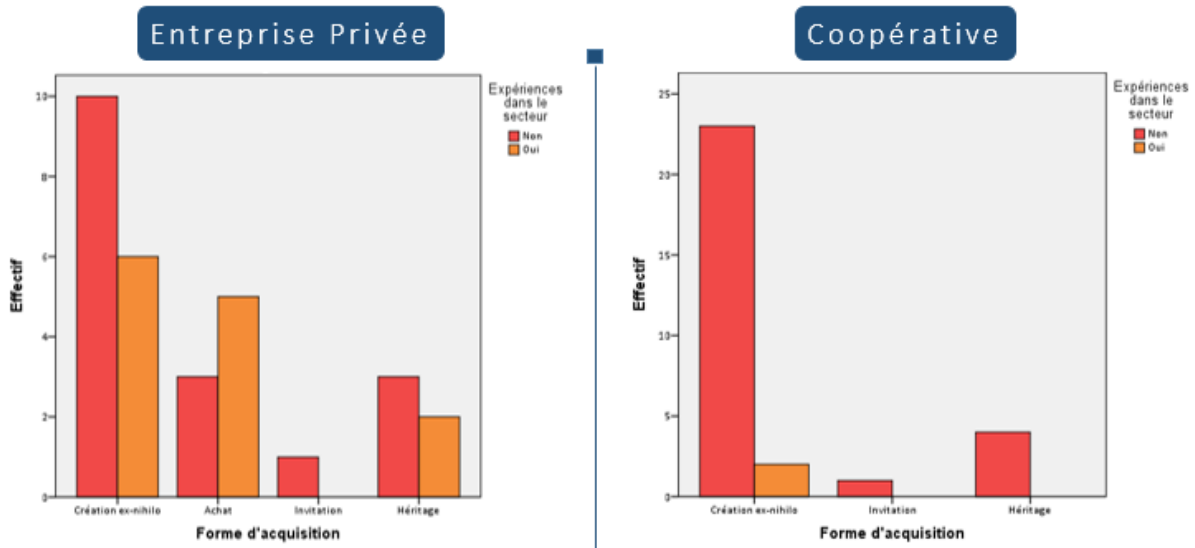
Troisièmement, 64% des femmes de notre échantillon confient être des salariées, tandis que près de 20% d'entre-elles n'ont aucune expérience professionnelle (Cf. figure 4). A contrario, nous avons trouvé que près de 70% des femmes entrepreneures de notre échantillon ayant des coopératives n'avaient aucune expérience professionnelle antérieure avant leur événement entrepreneurial ; ou du moins une expérience « héritée de mère en fille » (Cf. figure 4).

Figure 4 : Expériences professionnelles antérieures des Femmes Entrepreneures



Quatrièmement, 57% d'entre-elles précisent qu'elles n'avaient aucune expérience dans le secteur industriel avant de créer/acquérir leur entreprise (Cf. figure 5). Pour les coopératives féminines, plus de 90% des femmes entrepreneures de notre échantillon ont répondu n'avoir jamais eu d'expérience dans le secteur industriel (Cf. figure 5).

Figure 4 : Expériences professionnelles antérieures des Femmes Entrepreneures



3.2. Analyse de la contingence et discussion des résultats :

Afin de tester notre modèle de recherche et vérifier, en conséquence, nos hypothèses de recherche susmentionnées, nous nous sommes appuyées sur l'analyse du coefficient de contingence, qui nous a permis de déceler l'éventuelle association entre les deux variables indépendantes (capacités et difficultés) avec la variable dépendante de l'événement entrepreneurial féminin.

Le tableau ci-dessous met en exergue ces coefficients de contingence, leur degré de significativité, ainsi que notre décision de rejeter ou non les hypothèses statistiques s'y rattachant.

Tableau 2 : Analyse de la relation entre les compétences et les difficultés avec l'événement entrepreneurial féminin

Items	Coefficient de contingence	Signification approximée	Relation avec l'événement entrepreneurial féminin
Niveau d'instruction	0.531	0.227	Aucune
Domaine de formation	0.784	0.008	Très significative
Expérience professionnelle	0.678	0.001	Très significative
Expérience dans le secteur	0.262	0.531	Aucune
Capital initial	0.392	0.489	Aucune
Financement d'investissement	0.593	0.177	Aucune
Recrutement de la MOD	0.703	0.001	Très significative
Motivations personnelles	0.629	0.020	Significative
Motivations externes	0.659	0.006	Très significative
Problème des mentalités traditionnelles	0.655	0.032	Significative
Manque d'accompagnement	0.498	0.019	Significative
Problème au niveau des délais de paiement des clients	0.617	0.005	Très significative
Problème de disponibilité des ressources humaines qualifiées	0.724	0.000	Très significative
Manque de formation en gestion d'entreprise	0.705	0.000	Très significative

Par conséquent, nous remarquons que le domaine de formation, l'expérience professionnelle, le recrutement de la main d'œuvre, les motivations (externes), le problème au niveau des délais de paiement des clients, le problème de disponibilité des ressources humaines qualifiées et le manque de formation en gestion d'entreprise sont très liés à l'événement entrepreneurial féminin. En d'autres termes, la femme entrepreneure, qui envisage de se lancer dans un secteur masculin, est influencée par deux compétences, à savoir le domaine de formation et l'expérience professionnelle ; par les ressources (plus précisément le recrutement de MOD) ; ainsi que par ses motivations (externes plus spécifiquement). Ces résultats vont de pair avec les conclusions de l'AFEM (2015). Il convient de préciser que le problème des mentalités et

le manque d'accompagnement représentent également des facteurs qui sont liés significativement (avec des p-value inférieures à 5%) à l'événement entrepreneurial féminin.

A contrario, trois principales difficultés entravent significativement et fortement (avec un degré de significativité inférieur à 1%) cet événement, à savoir le problème au niveau des délais de paiement des clients, le problème de disponibilité des ressources humaines qualifiées et enfin le manque de formation en gestion d'entreprise. Selon les constats de l'AFEM (2015), ces problèmes sont ressentis tant chez les femmes que les hommes entrepreneur(e)s ; ce qui nous pousse à nous interroger de la différence entre l'événement entrepreneurial féminin et masculin.

Conclusion :

En guise de conclusion, notre étude exploratoire, auprès des entreprises créées et/ou gérées par les femmes entrepreneures marocaines et les coopératives féminines dans la région Sous Massa, a révélé que la perception des femmes entrepreneures diffère entre la créatrice d'entreprise privée et celle de la coopérative. En effet, en analysant la relation entre à la fois les capacités et les difficultés des femmes entrepreneures avec l'événement entrepreneurial féminin, nous avons dégagé une relation significative entre ces variables indépendantes et dépendantes.

Enfin de compte, comme le précise la présidente de l'AFEM (2015), « l'entrepreneuriat féminin au Maroc dispose d'un grand potentiel qui mérite reconnaissance, mise en valeur et encouragement. Avant tout, il faut mutualiser nos stratégies pour installer un dialogue national qui passe nécessairement par un partenariat entre les organismes publics et privés, mais qui intègre également la société civile ». De ce fait, si la coopérative a les moyens, elle peut être un catalyseur économique à côté des entreprises.

Ceci étant dit, l'ensemble de ces résultats doivent être appuyés par une étude comparative entre le secteur masculin et le secteur féminin, afin de pouvoir dégager la raison pour laquelle les femmes entrepreneures demeurent sous-représentées dans des secteurs masculins. En outre, notre échantillon ne peut être représentatif, qu'après avoir déterminé l'ensemble de la population ciblée.

Ainsi, nous proposons deux principales pistes de recherche, afin d'améliorer et d'enrichir ce présent travail. La première consiste à affiner le modèle conceptuel et le tester auprès d'un échantillon beaucoup plus représentatif de femmes entrepreneures marocaines. La deuxième

piste se résume dans l'étude des spécificités de chaque secteur d'activité, dans le but d'approfondir nos connaissances théoriques sur l'entrepreneuriat féminin selon l'approche genre.

Références bibliographiques :

AFEM, *Evaluation du vivier entrepreneurial au Maroc*, l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc, Maroc, 2015.

Chamlou N. & Karshenas, M., *Women, work and welfare in the Middle East and North Africa: The role of socio-demographics, entrepreneurship and public policies*, World Scientific, 2016.

Combe J., *La condition de la femme marocaine*, Editions L'Harmattan, 2001.

El Khayat R., *Les femmes dans l'Union du Maghreb Arabe*, Eddif, 1992.

Guerraoui D. & Affya, N., *L'élite économique marocaine : Etude sur la nouvelle génération d'entrepreneur*, Edition L'harmattan, 2009.

Hughes K. D., *GEM Canada Report on Women's Entrepreneurship 2013 & 2014*, Canada, 2015.

Kelley D., et al., *Women's Entrepreneurship*, Global Entrepreneurship Monitor, 2015.

Mione A. 2002. Comparaison des femmes entrepreneurs France - Canada. 6^o Congrès international francophone sur la PME. HEC Montréal.

OCDE 2004. Entrepreneuriat féminin : Questions et actions à mener. 2^{ème} Conférence de l'OCDE des Ministres en charge des PME, sous thème : "Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée". Turquie.

Report W. B. G. 2015. *Women in the Middle East and North Africa (MENA)* [Online]. : Available: <http://www.wikigender.org/wiki/women-in-the-middle-east-and-north-africa-mena/>.