

L'entrepreneuriat féminin au Mali : cas de la commune I du district de Bamako

Silamakan KANTE

*Diplômé en audit interne de l'Institut Français de l'Audit et du Contrôle Interne (IFACI) de Paris et en management stratégique et opérationnel de l'Institut International d'Ingénierie de l'Eau et de l'Environnement (2iE) du Burkina Faso et actuellement doctorant en Sciences de Gestion à l'Institut de Pédagogie Universitaire (IPU) du Mali

Email : silaskante@yahoo.fr

Résumé

Cette étude est une contribution à la connaissance de l'entrepreneuriat féminin au Mali. Ainsi, un questionnaire a été soumis à un total de 52 femmes entrepreneures dans la commune I du district de Bamako. Enfin, 51 questionnaires étaient exploitables. A travers une approche descriptive, les résultats montrent que la femme entrepreneure dans la commune I du district de Bamako travaille dans le secteur informel dans des petites entreprises et fait du commerce général comme activité principale. Lorsqu'elle est mariée, elle dispose du soutien de son mari. Elle a financé son entreprise grâce à l'appui des parents et pratique un entrepreneuriat de nécessité. L'accès au financement reste la plus grande difficulté lors de la création de l'entreprise. Par contre, les problèmes de marketing et de communication sont les principales difficultés dans la gestion de l'entreprise.

Mots clés : Entrepreneuriat Féminin- Femme Entrepreneure- Motivation- Financement-Difficulté

Female entrepreneurship in Mali: case of commune I of the district of Bamako

Abstract

This study is a contribution to the knowledge of female entrepreneurship in Mali. Thus, a questionnaire was submitted to a total of 52 women entrepreneurs in commune I of the district of Bamako. Overall, 51 questionnaires were usable. Using a descriptive approach, the results show that women entrepreneurs in commune I of the district of Bamako work in the informal sector in small businesses and do general trade as their main activity. When she is married, she has the support of her husband. She financed her business with the support of parents and practices a necessary entrepreneurship. Access to finance remains the biggest difficulty when setting up a business. On the other hand, marketing and communication problems are the main difficulties in running the business.

Keywords: Female Entrepreneurship- Female Entrepreneur- Motivation- Financing – Difficulty

Introduction

La recherche sur l'entrepreneuriat féminin est assez récente. Les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin remontent vers 1970 aux Etats unis, en Angleterre et dans les pays de l'OCDE (Brush, 1992. Carrier, Julien et Mienveille, 2006). De nombreux articles et études ont été publiés sur cette thématique de cette date à nos jours. Nous pouvons citer les articles de Schereir en 1975, Schwartz en 1976, Lyons en 1979, Birley et al. en 1987). Il est désormais indiscutable que l'entrepreneuriat féminin joue un rôle indiscutable dans le développement et la croissance d'un pays. En Afrique, certains auteurs ont également réalisé des travaux de recherche sur cette thématique (Erwee, R., Boshoff, A.B. & Lessing, B., 1980 en Afrique du Sud ; Watts, 1984 au Nigeria ; Kounta S.A., 1997 au Mali ; Guerrin, 2002 au Sénégal; Tchoussi, 2002 au Cameroun, Rachidi, 2006 au Maroc ; Pottas, C.D., Smith-Hunter, 2013 au Ghana; etc.)

Selon l'OCDE (2004 :5), l'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, s'agissant notamment des progrès dus à l'innovation. L'importance de son rôle structurel et du dynamisme qu'il impulse dans toutes les économies n'est plus à démontrer. Il constitue un instrument efficace : 1. Pour créer des emplois 2. Augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi 3. Lutter contre la pauvreté et atteindre des objectifs sociétaux, en ce sens qu'il aide certains segments de la population à se prendre en charge.

Pour l'OCDE (2004 :9), les femmes entrepreneures créent des emplois pour elles-mêmes et pour d'autres, tout en apportant à la société, du fait de leur spécificité, des solutions différentes pour la gestion, l'organisation et le traitement des problèmes des entreprises, ainsi que pour la mise à profit d'opportunités économiques.

Ainsi, la femme joue un rôle qui n'est plus à démontrer dans le développement d'un pays. Cela a conduit les organisations internationales comme l'Organisation des Nations Unies (ONU), la Banque Mondiale, l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) à faire de la question féminine une de leurs priorités pour le développement. Toutes ces organisations font de l'entrepreneuriat féminin un important moyen de lutte contre la pauvreté et de l'épanouissement de la femme.

L'un des objectifs du millénaire pour le développement est de promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes. La présente étude s'inscrit dans ce cadre. L'implication des femmes dans l'entrepreneuriat est bénéfique et permettrait d'expliquer l'écart de croissance entre les pays (GEM, 2012 ; cité par Gbaguidi L., Bio N'Goye C. G., Djodjo G. E. ; 2017). Selon un document de l'Organisation Internationale du Travail sur le développement de l'entrepreneuriat féminin publié en 2016, les femmes dirigent désormais un tiers de toutes les entreprises de l'économie formelle à travers le monde. Cependant, la majorité de celles qui opèrent dans les économies en développement et de transition sont des très petites ou des micro-entreprises au potentiel de croissance limité¹.

L'étude publiée en 2018 par le cabinet Roland Berger et Women in Africa sur « l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? » révèle que le taux d'entrepreneuriat féminin en Afrique est le plus élevé au monde. Ainsi, l'étude portant sur 54 pays d'Afrique révèle que 24% des femmes créent leurs entreprises. Ce taux atteint 26% en Afrique subsaharienne. Dans cette zone, les femmes sont susceptibles d'entreprendre deux fois plus que sur le reste du continent. Par contre,

¹https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_183754.pdf consulté le 04/11/2019

le taux de création d'entreprise était de 17% en Amérique Latine, 12% en Amérique du Nord, 8% en Europe et en Asie Centrale².

Le Mali est un pays d'Afrique de l'Ouest avec une population estimée à 14 528 662 habitants dont 49,8% de femmes selon le quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat effectué en 2009. La superficie du pays fait 1 241 238 km². Nous notons également que le Mali est un pays pauvre. L'indice de développement humain établi en 2019 par les Nations Unies classe le Mali au 182^e rang sur 188 pays³. Le Gouvernement du Mali a entrepris de nombreux programmes pour soutenir la croissance du pays, son développement de l'indépendance à nos jours. Ainsi, nous notons une forte représentativité du secteur privé au Mali afin d'accroître la richesse nationale, de contribuer à la lutte contre la pauvreté et la lutte contre le chômage. Durant l'année 2014, la Direction Nationale pour l'emploi a indiqué la création de 32 618 emplois dont 24 156 emplois privés soit 74,06% des emplois créés⁴. Cela démontre l'intérêt du gouvernement malien pour ce secteur pourvoyeur d'emploi qui joue un grand rôle dans la lutte contre le chômage ainsi que dans la production de la richesse nationale. Le gouvernement a adopté une loi d'orientation du secteur privé qui fixe les grandes orientations des politiques et stratégies de développement du secteur privé. Il s'agit de la loi n° 2011-088 du 30 décembre 2011.

Ainsi, l'entrepreneuriat devient indispensable afin de lutter contre le chômage, la pauvreté et pour produire de la richesse nationale. Le Mali a créé le Fonds d'Appui à l'Autonomisation de la Femme et à l'Epanouissement de l'Enfant (FAFE) par la loi N° 2012-002 du 23 janvier 2012 et le lancement de ce fonds est intervenu le 10 septembre 2015⁵. Les objectifs du FAFE se résument entre autres au financement et la promotion de l'entrepreneuriat féminin, la protection des droits de l'enfant.

La plupart des entreprises maliennes exercent dans le secteur informel qui constitue plus de 99% des entreprises maliennes et ce secteur emploie plus de 95% des travailleurs maliens (API Mali, 2017 :35). Le secteur informel contribue à la formation du Produit Intérieur Brut malien pour près de 60% (API Mali, 2017 :35). La résolution de la 15^{ème} Conférence Internationale des Statisticiens du Travail (1993) définit le secteur informel comme « un ensemble d'unités produisant des biens et des services en vue principalement de créer des emplois et des revenus pour les personnes concernées. Ces unités, ayant un faible niveau d'organisation, opèrent à petite échelle et de manière spécifique, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteurs de production. Les relations de travail, lorsqu'elles existent, sont surtout fondées sur l'emploi occasionnel, les liens de parenté ou les relations personnelles et sociales plutôt que sur des accords contractuels comportant des garanties en bonne et due forme (Manuel statistique sur le secteur informel et l'emploi informel, Bureau International du Travail, 1993 :16)

Il existe peu d'études sur l'entrepreneuriat féminin au Mali. Nous avons ainsi voulu étudier l'entrepreneuriat féminin au Mali afin d'apporter notre contribution à la connaissance de cette thématique au Mali. Pour ce faire, nous avons choisi comme zone d'étude la commune I du district de Bamako. En effet, la capitale Bamako est érigée en district et divisée en six communes. Le district de Bamako compte 1 810 366 habitants dont 902 723 femmes soit 49,9% de la population du district de Bamako (RGPH 2009 :25).

²<https://www.france24.com/fr/20180927-creatrices-entreprises-femmes-africaines-tete-entrepreneuses-afrique> consulté le 08/12/2019

³<http://www.banquemondiale.org/fr/country/mali/overview> consulté le 12/11/2019

⁴<https://maliactu.net/mali-statistiques-des-emplois-cree-des-demandes-et-offres-demplois-pour-2014-la-directrice-nationale-de-lemploi-revele-que-32-618-emplois-ont-ete-crees/> consulté le 06/09/2019

⁵http://malijet.com/la_societe_malienne_aujourd'hui/interview_mali/179807-fafe-la-directrice-se-prononce-sur-les-acquis.html consulté le 08/10/2019

Par ailleurs, la commune I compte 334 895 habitants soit 18,4% de la population totale du district de Bamako (RGPH 2009 :25). En outre, elle compte 166 587 femmes soit 49,7% de la population totale de la commune I du district de Bamako (RGPH 2009 :25).

L'objectif de la présente étude est de contribuer à la connaissance de l'entrepreneuriat féminin au Mali.

Ainsi, la présente étude est composée de deux sections. La première section a porté sur le cadre théorique. La seconde section est consacrée à l'étude empirique. Ensuite nous avons présenté les résultats et analysé les données obtenues et terminé par une conclusion.

Section1: Cadre théorique

1 Définition :

Nous ne pouvons parler d'entrepreneuriat sans parler de Joseph Schumpeter (1883-1950). Selon Schumpeter (1928), «l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...] cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources naturelles qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons.»

D'autres auteurs ont également associé l'entrepreneuriat à l'innovation comme Clark (1899), Higgins (1959), Baumol (1968), Schloss (1968), Leibenstein (1978) (cités par Fillion L., 1997 :134) et tant d'autres.

Lavoie D. (1988) définit la femme entrepreneure comme : « une femme qui, seule ou avec des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et responsabilités financière, administrative et sociale et qui participe quotidiennement à sa gestion courante. »

Selon Belcourt, Burke et Lee Goselin (Belcourt, 1991 :5), l'entrepreneure est «cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise. »

Le groupe canadien de travail sur l'entrepreneuriat féminin (1997 :11) définit la femme entrepreneure comme: « une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développement de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés. »

Nous retenons que tous ces auteurs associent l'entrepreneuriat à l'innovation, à la prise de risque, au développement de nouveaux produits, de nouvelles opportunités, de nouvelles activités et le développement économique d'une nation.

L'entrepreneuriat féminin constitue un vecteur essentiel de lutte contre la pauvreté. La population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde (Brush et al, 2006). Selon Yunus M. (2007) la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage.

Selon l'OCDE (2004), la proportion la plus faible de femmes chefs d'entreprise varie entre 15 et 19%, et la plus forte entre 29 et plus de 35% selon les pays.

2 : les motivations des femmes entrepreneures

L'approche « push and pull » distingue deux types de motivations entrepreneuriales : « l'entrepreneuriat par nécessité » et « l'entrepreneuriat par opportunité. » Plusieurs auteurs ont

travaillé sur cette approche (Shapero, 1975 ; Shapero et Sokol, 1982 ; Vesper, 1980 ; cités par d'Andria A., Gabarret I., 2016 :5).

Selon l'approche « push », une personne ne va entreprendre que parce qu'elle considère l'entrepreneuriat comme une nécessité. Cette personne peut être motivée par des facteurs « négatifs » à son environnement comme le chômage, l'insatisfaction au travail, des problèmes au niveau de la famille, etc. Selon l'approche « pull », une personne va entreprendre parce qu'elle considère l'entrepreneuriat comme une opportunité. Cette personne est motivée par des facteurs « positifs » à son environnement comme le besoin d'indépendance, d'autonomie financière, la mise en pratique des connaissances acquises, etc. Ces personnes sont motivées par les opportunités qui se présentent à elles.

Bien que l'approche « push and pull » soit beaucoup utilisé pour justifier les motivations de création d'entreprise des femmes, il existe d'autres facteurs de motivations entrepreneuriales. Pour Helms (1997), il existe trois facteurs de motivations de création d'entreprise concernant les femmes : la liberté personnelle, la sécurité et/ou la satisfaction.

Selon l'OCDE (2004 :34), « il existe des différences entre hommes et femmes pour ce qui est de la motivation à développer l'entreprise : les femmes ont des ambitions moindres que les hommes. Ce phénomène a été constaté aux États-Unis (Carter, 1997) et en Suède (Wiklund, Davidsson et Delmar, 2003). Les résultats sont stables d'un secteur à l'autre et sur la durée. »

3: les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures

Les femmes rencontrent de nombreuses difficultés tant lors de la création de leurs entreprises que lors de la gestion de ces entreprises.

Selon les études sur l'entrepreneuriat féminin, les femmes rencontrent plus de difficultés que les hommes lors de la création de leurs entreprises. Les femmes font face à de nombreuses difficultés comme l'accès au financement, le rôle de la femme dans la société. L'obtention de crédit constitue l'une des difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures (Schwartz, 1979 ; cité par Rachdi, F., Nice, E. D. H. E. C., 2006).

Pour Winn (2005), les femmes font face à des difficultés notamment les difficultés de financement et de soutien de la famille (cité par Simen, S. ; Diouf, I. D., 2013)

Les femmes ont peur du risque financier. Elles ont peur de prendre des risques et évoluent le plus souvent dans l'informel. Cela complique également l'obtention de crédit auprès des banques.

Selon l'OCDE (2004 :7), « le type d'études suivies, le faible statut social, l'emploi du temps et l'accès au financement, [...], constituent des obstacles spécifiques à l'entrepreneuriat féminin. L'OCDE (2004 :45) souligne également que dans des pays comme le Bangladesh, le Mali ou le Sénégal en raison d'obstacles juridiques et culturels, il est impossible ou du moins très difficile, pour les femmes d'économiser assez pour créer une entreprise ou réinvestir dans la croissance d'une entreprise. En effet, à tout moment, un membre masculin de la famille (mari, frère, beau-frère) est susceptible de confisquer le capital accumulé, tout simplement parce qu'il en a le droit (de Groot, 2001 ; Mayoux, 2001). »

« Des études ont conclu également que les femmes entrepreneurs faisaient moins appel au financement institutionnel que les hommes (Coleman, 2000 ; Haynes et Haynes, 1999 ; Hisrich et Brush, 1987).

Plusieurs raisons sont avancées pour expliquer ce phénomène : une gestion plus prudente et une plus grande aversion pour le risque déjà évoquées, des besoins moindres justifiés par une taille plus

petite et un rythme de croissance moins rapide de leurs entreprises, des aptitudes de gestion différentes et des objectifs de croissance moins ambitieux (Watson, 2002 ; Du Rietz et Henrekson, 2000 ; Rosa et *al.*, 1996 ; Fischer et *al.*, 1993). La crainte d'essuyer un refus a également été évoquée justifiant la place de l'épargne personnelle comme première source de financement. Minniti, Allen et Langowitz (2006) le confirment dans leur étude où presque les deux tiers du capital de démarrage de l'entreprise viennent des épargnes personnelles des femmes entrepreneurs ⁶».

Section 2: Etude empirique

1. Méthodologie :

Dans le cadre de la présente étude, nos questions de recherche ont été:

- *Quelles sont les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures et les caractéristiques de leurs entreprises ?*
- *Quelles sont les motivations qui poussent les femmes à entreprendre ?*
- *Quelles sont les difficultés liées à l'entrepreneuriat féminin ?*

Pour répondre à ces questions, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : L'âge de la femme entrepreneure malienne est dans la trentaine ; elle est instruite, a un membre de sa famille entrepreneur ; elle est mariée et dispose du soutien de son mari dans le cadre de son activité.

Hypothèse 2 : Les femmes entrepreneures évoluent dans le secteur informel dans des petites entreprises et ont pour activité le commerce général ou les services.

Hypothèse 3 : Les femmes entreprennent par nécessité pour des besoins de survie et l'accès au financement représente un frein à cet entrepreneuriat.

Pour la vérification de nos hypothèses, nous avons élaboré un questionnaire qui a été soumis à 52 femmes entrepreneures choisies au hasard dans la commune I du district de Bamako. Les données ont été collectées entre août et octobre 2019. Le questionnaire était composé des parties suivantes: l'identification des caractéristiques individuelles de l'entrepreneure, l'identification des caractéristiques de son entreprise, les sources de financement de l'entreprise, les motivations de la femme entrepreneure lors de la création de son entreprise ainsi que les difficultés qu'elle rencontre.

La présente étude fut réalisée à travers une approche descriptive : recherche documentaire et approche technique quantitative. Ensuite, nous avons utilisé une analyse univariée des résultats obtenus à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 20.

A l'issue de l'enquête terrain, un questionnaire n'était pas exploitable car l'enquêtée n'a pas fourni la plupart des renseignements nécessaires pour son exploitation. Ainsi, l'échantillon se résume finalement à 51 femmes entrepreneures. L'échantillon comprend 66.67% d'entreprises du secteur informel. Cela s'explique par le fait que la majorité des entreprises du Mali évoluent dans le secteur informel. Ce secteur constitue plus de 99% des entreprises maliennes selon l'Agence pour la Promotion des Investissements au Mali (2017 :35).

⁶BilolaFouda, C. N. (2014). Dynamisme entrepreneurial des femmes camerounaises: études de cas de développement d'entreprise (Doctoral dissertation) P.53

2. Résultats :

2.1. Les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures :

2.1.1. L'âge des femmes entrepreneures:

Tableau 1 : Répartition des enquêtées selon l'âge:

Age	Nombre	Pourcentage
moins de 20 ans	1	1,96%
20-29 ans	17	33,33%
30-39 ans	23	45,10%
40-49 ans	6	11,76%
50 -59 ans	2	3,92%
60-69 ans	2	3,92%
Total	51	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats montrent que 45,10% des femmes entrepreneures ont un âge compris entre 30 et 39 ans. Celles qui ont entre 20 et 29 ans représentent 33,33%. Les femmes entrepreneures qui ont entre 40 et 49 ans représentent 11,76%. Enfin, les femmes qui ont entre 50 et 59 ans et celles qui ont entre 60 et 69 ans représentent chacune 3,92% de l'échantillon. Nous constatons que la majorité des femmes de l'échantillon ont entre 20 et 39 ans. En effet, les femmes ayant entre 20 et 39 ans représentent 78,43% de l'échantillon d'étude. L'âge minimum de notre échantillon est de 18 ans et l'âge maximum est de 69 ans. La moyenne d'âge est de 33,58 ans.

Cela correspond aux résultats de nombreux auteurs notamment Kounta S.A. (1997) qui dans son étude sur les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali conclut que plus de la moitié des femmes de son échantillon (60%) avaient entre 30 et 39 ans. Son échantillon était composé d'entreprises du secteur formel.

Egalement, Arasti Z. (2008) dans son étude sur l'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles a révélé que l'âge moyen des personnes interrogées était de 34 ans dans 80% des cas.

Selon la Stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso adopté par le décret N° 2015-1010/PRES-TRANS/ PM/MPFG/MEF du 21 août 2015, les femmes entrepreneures sont beaucoup plus dans la tranche d'âge de 35 ans et plus selon une étude réalisée en 2014.

GhiatB. (2013) dans son étude sur les contraintes socioculturelles des femmes entrepreneures en Algérie conclut que 43,3% des femmes entrepreneures avaient entre 31 et 40 ans. Cette étude concernait un échantillon de 30 femmes de la région d'Oran. Egalement, la majorité des femmes de l'étude avaient entre 20 et 40 ans.

Simen S. et Diouf I.D. (2013) dans leur étude sur « l'entrepreneuriat féminin au Sénégal : vers un modèle entrepreneurial de " nécessité " dans les pays en développement ? » ont conclu que 63,9% des femmes entrepreneures avaient entre 31 à 40 ans.

2.1.2. Le niveau d'instruction des femmes entrepreneures :

Tableau 2 : Niveau d'instruction des enquêtées :

Niveau d'instruction	Nombre	Pourcentage
Non scolarisée	9	17,65
Diplôme d'Etudes Fondamentales	21	41,18
Baccalauréat ou équivalent (Brevet de Technicien 2ème partie)	9	17,65
Diplôme de l'enseignement Supérieur	6	11,76
Autres	6	11,76
Total	51	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats montrent que 41,18% des femmes entrepreneures ont le Diplôme d'Etudes Fondamentales.

Les femmes entrepreneures non scolarisées représentent 17,65% de la population étudiée. Celles ayant le baccalauréat ou le brevet de technicien (deuxième partie) représentent également 17,65% de la population étudiée. 11,76% des femmes entrepreneures ont un diplôme de l'enseignement supérieur. Egalement, 11,76% des femmes entrepreneures ont suivi d'autres types de formation comme le Medersa ou ont le certificat d'aptitudes professionnelles par exemple.

La plupart des études sur le niveau d'instruction des entrepreneurs semblent indiquer que la femme entrepreneure a un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population (Rachdi, 2006). Cela n'est pas confirmé par nos résultats.

2.1.3. Le statut antérieur des femmes entrepreneures :

Tableau 3 : Statut antérieur des enquêtées :

Statut antérieur	Nombre	Pourcentage
Salariée	22	43,14
Sans emploi	13	25,49
Etudiante	12	23,53
Autres	4	7,84
Total	51	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Ce tableau nous renseigne que 43,14% des femmes entrepreneures étaient salariées avant la création de leurs entreprises. 25,49% des femmes entrepreneures étaient sans emploi et 23,53% étaient étudiantes. 7,84% avaient d'autres occupations (comme bénévoles) avant de se lancer dans la création d'entreprise. Nos résultats sont corroborés par de nombreux auteurs.

Bousseta M. (2011) dans son étude sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc : environnement et contribution au développement économique et social souligne qu'au Maroc, les deux tiers des femmes entrepreneurs ont exercé une activité professionnelle et ont en déjà une certaine expérience dans un poste d'encadrement et de direction dans le secteur privé.

Raveleau B. (2008) dans son étude sur l'entrepreneuriat féminin dans l'arrondissement de Cholet en France note que les femmes qui lancent leurs entreprises ont le plus souvent une expérience

professionnelle préalable (82%) notamment dans une PME. Il ajoute également qu'avant de créer ou de reprendre leur entreprise, elles étaient majoritairement salariées dans 52% des cas.

2.1.4. Le statut matrimonial des femmes entrepreneures

Tableau 4 : Statut matrimonial des enquêtées

Statut matrimonial	Nombre	Pourcentage
Célibataire	13	25,49
Fiancée	1	1,96
Mariée	31	60,78
Divorcée	1	1,96
Veuve	5	9,80
Total	51	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Ce tableau nous montre que 60,78% des femmes entrepreneures sont mariées tandis que 25,49% des femmes sont célibataires. 9,80% des femmes entrepreneures sont veuves. Par Contre, une femme de l'échantillon est fiancée (1,96%) et une autre femme est divorcée (1,96%). Ces résultats sont confirmés par les travaux des auteurs pour qui la majorité des femmes entrepreneures sont mariées. Ainsi, Kounta S. A. (1997) dans son étude note que 40 femmes de son échantillon sont des femmes mariées sur un total de 50 femmes. Aussi, Ghiat B. (2013) dans son étude conclut que 56,70% des femmes de son échantillon sont mariées.

2.1.5. Le soutien du mari dans le cas des femmes entrepreneures mariées :

Nos résultats montrent que 74 ,19% des femmes entrepreneures mariées soit 23 femmes ont déclaré bénéficier du soutien de leur mari. La nature de ce soutien varie selon les femmes. Dans certains cas le soutien est financier. Dans d'autres cas, il est moral ou souvent il s'agit de soutien sous forme de conseil. Dans certains cas, le soutien est sous forme financier, moral et conseil en même temps.

Tableau 5 : Nature du soutien du mari

Nature du soutien du mari	Fréquence	Pourcentage
Financier	18	40,00
Moral	11	24,44
Conseil	16	35,56
Total	45	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Nous constatons que le soutien financier est cité dans 40% des cas contre 35,56% pour le soutien sous forme de conseil. Le soutien moral est cité dans 24,44% des cas.

Nos résultats soutiennent ceux de Mankelow et al. (2002) qui soulignent que la prépondérance des réseaux informels (famille, amis ou proches) fournissent un soutien moral, de l'information et sont aussi une source de financement comme cela apparaît⁷.

2.1.6. Les femmes entrepreneures ayant un membre de la famille entrepreneur

Nos résultats nous montrent que 56,86% des femmes entrepreneures de l'échantillon soit 29 femmes ont indiqué avoir un membre de la famille entrepreneur. Ce membre est souvent l'un des parents ou les deux à la fois, le mari, le frère ou la sœur ou un autre membre. Dans certains cas, plusieurs membres de la famille sont dans l'entrepreneuriat.

Tableau 6 : Membre de la famille ayant été entrepreneur

Membre de la famille ayant été entrepreneur	Fréquence	Pourcentage
Père	6	12,77
Mère	7	14,89
Mari	3	6,38
Frère	15	31,91
Sœur	15	31,91
Autre (enfant)	1	2,13
Total	47	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats montrent que parmi les membres de la famille ayant été entrepreneurs, le père est cité dans 12,77% des cas tandis que la mère est citée dans 14,89% des cas. Le mari est cité comme entrepreneur dans 6,38% des cas. Le frère est cité comme entrepreneur dans 31,91% des cas ; il en est de même pour la sœur entrepreneure qui est également citée dans 31,91% des cas. Un autre membre (enfant) est cité dans 2,13% des cas.

Nous remarquons que l'un des parents est cité dans 27,66% des cas. Beaucoup d'auteurs soutiennent que le fait d'avoir un parent entrepreneur influence le choix de l'entrepreneuriat. Ainsi plusieurs auteurs pensent que le lien familial influence le désir d'entreprendre plus tard (Collins et Moore 1970, Shapero 1971, cité par Hien, F. K., 2002 :15).

Selon une enquête réalisée auprès de 58 entrepreneurs, la femme entrepreneur est quatre fois plus sujette à une influence parentale (père ou mère) que la population en général (Smith, Cain et Warren 1982, cité par Hien, F. K., 2002 :15).

D'après l'OCDE (2004 :41), les enfants de personnes qui semblent réussir dans l'entrepreneuriat sont plus susceptibles de choisir cette voie que ceux dont les parents réussissent moins bien ou n'exercent pas ce type d'activité (Davidsson, 1995 ; Delmar et Gunnarsson, 2000b ; Scherer, Brodzinski et Wiebe, 1991).

Mais, la majorité des entrepreneures de l'échantillon n'ont pas un parent entrepreneur. Ces résultats ne soutiennent pas les travaux des auteurs pour qui le fait d'avoir un parent entrepreneur influence la décision entrepreneuriale puisque le frère ou la sœur sont cités dans 63,82% des cas.

⁷Carrier C. Julien P.A., Menvielle W. 2006) Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années, gestion 31(2) P.42

Ainsi, l'hypothèse 1 selon laquelle l'âge de la femme entrepreneure malienne est dans la trentaine ; qu'elle est instruite, a un membre de sa famille entrepreneur, est mariée et dispose du soutien de son mari dans le cadre de son activité est confirmée. En effet, selon nos résultats la femme entrepreneure malienne a un âge moyen de 33,58 ans et est instruite. Elle est mariée dans la majorité des cas et bénéficie du soutien de son mari.

2.2. Les caractéristiques des entreprises enquêtées :

2.2.1. La forme juridique des entreprises enquêtées :

Nos résultats montrent que 66,67% des entreprises enquêtées évoluent dans le secteur informel soit un total de 34 entreprises. Egalement, 33,33% des entreprises enquêtées évoluent dans le secteur formel soit un total de 17 entreprises.

Selon l'API Mali (2017 :35), la quasi-totalité des entreprises (plus de 99%) évoluent dans le secteur informel.

L'étude réalisée en 2018 par le cabinet Roland Berger et Women in Africa sur : « l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? » révèle que les femmes entrepreneures évoluent dans le secteur informel en Afrique.

Selon le Cadre Stratégique pour la Relance Economique et le Développement Durable (2019), sur l'ensemble des entreprises enregistrées au niveau de l'API Mali et l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers du Mali (APCMM), seulement 14% représentent des entreprises féminines⁸.

Onibon, D. et Edon, C. (2015) dans leur étude sur la dynamique de l'entrepreneuriat féminin au Bénin, notent que 98% des femmes entrepreneures exercent dans le secteur informel.

Nos résultats démontrent également que toutes les entreprises évoluant dans le secteur formel sont des entreprises individuelles soit un total de 17 entreprises individuelles. Ainsi, ces résultats sont corroborés par une étude réalisée en 2014 au Burkina Faso selon la stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso adopté par le décret N° 2015-1010/PRES-TRANS/PM/MPFG/MEF du 21 août 2015 qui révèle que la quasi-totalité (90%) des entreprises des femmes sont individuelles.

Ainsi, les femmes préfèrent évoluer seules dans des entreprises individuelles au lieu de s'associer à d'autres personnes. Onibon, D. et Edon, C. (2015) révèlent dans leur étude que 99% des femmes chefs d'entreprise entreprennent de façon individuelle.

⁸ Cadre Stratégique pour la relance économique et le Développement Durable (CREDD 2019-2023) Mai 2019 P.99

2.2.2 L'âge des entreprises enquêtées :

Tableau 7 : Age des entreprises enquêtées :

Age des entreprises	Nombre	Pourcentage
0-3ans	27	52,94
4-6 ans	10	19,61
7-10 ans	5	9,80
11-15 ans	5	9,80
16 ans et plus	1	1,96
Pas de réponse	3	5,88
Total	51	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Nous constatons que 52,94% des entreprises enquêtées ont entre 0 et 3 années d'existence. 19,61% des entreprises enquêtées ont entre 4 et 6 années d'existence. 9,80% des entreprises enquêtées ont entre 7 et 10 années d'existence. Aussi, 9,80% des entreprises de l'échantillon ont entre 11 et 15 années. Une entreprise a 21 années d'existence soit 1,96%. Par contre, 3 entreprises n'ont pas répondu à cette question soit un taux de non réponse de 5,88%. Nos résultats sont corroborés par l'étude de Kounta S.A. (1997) qui note que les entreprises de son échantillon sont jeunes. En effet, 56% des entreprises de son échantillon avaient entre 0 et 2 ans soit un effectif de 28 entreprises sur 50 entreprises enquêtées.

En outre, une étude sur l'entrepreneuriat au Kenya (2015) a conclu que la plupart des entreprises étudiées étaient jeunes, 73,2% d'entre elles ayant trois ans et moins et seulement 5,4% étant âgées de 10 ans et plus. L'échantillon était composé de 106 femmes micro-entrepreneurs de la transformation du lait au Kenya⁹.

2.2.3. Le nombre d'employés des entreprises enquêtées

Tableau 8 : nombre d'employés des entreprises enquêtées

Nombre employés	Nombre	Pourcentage
1-5 employés	47	92,16
6-10 employés	2	3,92
11-15 employés	0	0,00
16-20 employés	1	1,96
Pas de réponse	1	1,96
Total	51	100,00

Source : enquête de terrain 2019

⁹ Milcah Mulu-Mutuku, Dolphine Odera-Wanga Adijah Ali-Olubandwa (2015) Female Entrepreneurship in Kenya: How do Female Micro-Entrepreneurs Learn to be Entrepreneurial? P.8

Nos résultats montrent que 92,16% des entreprises de l'échantillon ont entre 1 et 5 employés. 3,92% des entreprises de l'échantillon ont entre 6 et 10 employés. 1,96% des entreprises ont entre 16 et 20 employés soit une entreprise. Egalement, une entreprise n'a pas répondu à cette question soit un taux de non réponse de 1,96%. Nos résultats sont confirmés par de nombreux travaux.

Ghiat B. (2013) révèle dans son étude que la majorité des entreprises de son échantillon (30 personnes) étaient des petites entreprises et employaient moins de 5 personnes. Egalement Simen, S., et Diouf, I. D(2013) dans leur étude soulignent que les entreprises ou affaires créées par les femmes sont majoritairement de petites entreprises (88,5%) au sens de la charte des PME au Sénégal». En outre, Kounta S.A. (1997), dans son étude conclut que 49 entreprises sur un total de 50 entreprises enquêtées ont moins de 11 employés. Egalement, 76% des entreprises de son échantillon ont moins de 5 employés.

Bousseta M. (2001) dans son étude révèle aussi que 66,7% des entreprises enquêtées emploient entre 1 à 4 employés. Son échantillon était composé de 300 entreprises.

2.2.4. Le secteur d'activité des entreprises enquêtées

Tableau 9 : répartition des entreprises enquêtées par secteur d'activité

Activité principale des femmes entrepreneurs	Nombre	Pourcentage
Commerce Général	26	50,98
Coiffure/ Stylisme	12	23,53
Couture	6	11,76
Services financiers (transfert d'argent)	1	1,96
Restauration/ Pâtisserie	6	11,76
Total	51	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Nous constatons que 50,98% des entreprises de l'échantillon ont comme activité principale le commerce général. 49,02% des femmes effectuent des prestations de services comme activité. Ainsi, 23,53% des entreprises de l'échantillon évoluent dans la coiffure et 11,76% évoluent dans la couture. Les entreprises de restauration/ pâtisserie représentent également 11,76% de notre échantillon. Une entreprise évolue dans le domaine du transfert d'argent, soit 1,96% de l'échantillon.

Nos résultats sont corroborés par des études relatives à l'entrepreneuriat féminin (Sarr, 1999 ; OCDE, 2000 ; Rachdi, 2006 ; Tchouassi, 2007 ; Onana, 2009 ; Nabli, 2011 ; ...) portant sur des cas pratiques dans divers pays africains démontrant que les activités des femmes entrepreneures sont en général le prolongement naturel d'activités domestiques traditionnelles¹⁰.

Onibon, D. et Edon, C. (2015) dans leur étude notent que 56% des femmes œuvrent dans le commerce.

¹⁰ Moilim, R. A. (2018) L'entrepreneuriat féminin aux Comores : des opportunités à exploiter pour le cas de l'Ile de Ngazidja, 6èmes Journées Scientifiques Internationales sur l'Entrepreneuriat en Algérie (27, 28 et 29 Novembre 2018), thème : l'entrepreneuriat : Opportunités, contexte et mise en œuvre P.11

Selon la Stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso adopté par le décret N° 2015-1010/PRES-TRANS/ PM/MPFG/MEF du 21 août 2015, 45% des femmes entrepreneures interviennent dans le commerce et 29% dans le secteur des services pour l'année 2012. Dans le secteur informel, les entreprises féminines sont majoritaires dans le commerce et représentent 65,4%. Cela corrobore également nos résultats.

Ainsi, l'hypothèse 2 selon laquelle les femmes entrepreneures évoluent dans le secteur informel dans des petites entreprises et ont pour activité le commerce général ou les prestations de services est confirmé. En effet, nos résultats démontrent que les femmes entrepreneures évoluent dans le secteur informel dans des entreprises de petites tailles et ont pour activité principale le commerce général dans la moitié des cas (50,98%). Le reste de l'échantillon intervient dans le domaine des prestations de service (coiffure/ stylisme, couture, services financiers, restauration/ pâtisserie).

2.3. Le financement des activités à la création de l'entreprise, les motivations entrepreneuriales et les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures :

2.3.1 Le financement des activités à la création de l'entreprise

Tableau 10 : Financement des activités à la création de l'entreprise

Financement activités à la création de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Financement par les parents	29	53,70
Prêt Bancaire	1	1,85
Epargne personnelle	21	38,89
Financement par une structure d'appui	1	1,85
Tontine	2	3,70
Total	54	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Les femmes entrepreneures ont bénéficié soit d'un seul mode de financement ou de deux modes de financement selon les cas.

Le financement par les parents est cité dans 53,70% des cas contre le financement par l'épargne personnelle qui représente 38,89%. Le financement par une tontine est cité dans 3,70% des cas. Viennent ensuite le financement par prêt bancaire qui représente 1,85% et le financement par une structure d'appui qui représente également 1,85%.

Nos travaux sont confirmés par de nombreux auteurs qui ont conclu que les femmes utilisent leur épargne personnelle et/ou des fonds provenant de leur famille pour créer leurs entreprises (Bygrave et Hunt, 2005; Di Gregorio et Shane, 2003; Borges et Filion, 2012) ;

Aussi, Simen, S. & Diouf, I. D. (2013) dans leur étude soulignent que les entreprises créées ou reprises par les femmes ont été financées essentiellement sur fonds propres et avec l'aide des amis, parents et la famille.

Nos résultats montrent par ailleurs que seulement 1,85% de notre échantillon a bénéficié du financement par une structure d'appui (soit une femme) .malgré l'existence de structures d'appui comme le Fonds d'Appui à l'Autonomisation de la Femme et à l'Epanouissement de l'Enfant (FAFE). Le FAFE a été créé par la loi N° 2012-002 du 23 janvier 2012. Il est régi par le décret n°2012-083/P RM du 08 février 2012 qui fixe l'organisation et les modalités de gestion et l'arrêté interministériel n°

2526/MEF-MPFEF-SG du 30 juillet 2015 qui détermine les modalités de gestion. Son lancement a eu lieu le 10 septembre 2015¹¹. Le FAFE a financé entre 2015 et 2016 : 384 projets sur un total de 2221 projets soumis soit 17,28% pour un coût total de 866.915.814 FCFA

Pour les conditions d'accès, il faut :

- être un groupement (association, ONG, GIE, Coopérative)
- Etre promotrice d'AGR ou de PME/PMI ;
- Avoir un compte bancaire dans une banque de la place
- Se conformer aux canevas du FAFE

Les femmes entrepreneures évoluant pour la majorité dans l'informel peuvent avoir des difficultés à accéder à ce fonds vu les conditions d'accès. Egalement, l'insuffisance des ressources financières disponibles au regard des demandes et la faible expertise des femmes dans le montage des projets sont soulignés comme difficultés et contraintes rencontrées par le FAFE dans le cadre stratégique pour la relance économique et le développement durable au Mali (CREDD 2019-2023, 2019:99).

2.3.2 Les motivations des femmes entrepreneures lors de la création de l'entreprise

Tableau 11: Motivations des femmes entrepreneures lors de la création de l'entreprise

Motivations des enquêtées lors de la création de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Besoin d'indépendance ou d'autonomie financière	39	35,78
Difficultés de trouver un emploi	25	22,94
Mise en pratique des connaissances acquises	2	1,83
Subvenir aux besoins de la famille	36	33,03
Autres	7	6,42
Total	109	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Le besoin d'indépendance ou d'autonomie financière (35,78%) représente la première motivation des femmes entrepreneures de l'échantillon et correspond aux facteurs « pull ». En effet, ces femmes entreprennent par opportunité.

La motivation de subvenir aux besoins de sa famille représente 33,03% suivie des difficultés de trouver un emploi qui représentent 22,94%. Ces deux motivations représentent à elles seules 55,97% soit plus de la moitié de l'échantillon. Ces motivations correspondent aux facteurs « push », c'est-à-dire l'entrepreneuriat de nécessité. Ainsi, la majorité des femmes de notre échantillon pratiquent un entrepreneuriat de nécessité. Nos résultats sont confirmés par l'étude réalisée en 2018 par le cabinet Roland Berger et Women in Africa sur : « l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? ». Selon l'étude réalisée dans les 54 pays d'Afrique, les femmes pratiquent un entrepreneuriat de nécessité. L'étude poursuit qu'elles font cet entrepreneuriat pour des fins de subsistance car elles n'ont pas d'autres alternatives puisqu'elles ont un accès limité au travail.

¹¹http://malijet.com/la_societe_malienne_aujourd'hui/interview_mali/179807-fafe-la-directrice-se-prononce-sur-les-acquis.html consulté le 08/10/2019

Selon l'OCDE (2004), la création de sa propre entreprise constitue l'une des principales opportunités d'emploi pour les femmes. Cela est valide quel que soit le pays ou le type d'économie observé mais peut être plus particulièrement dans le monde en développement.

2.3.3 Les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures lors de la création de leurs entreprises

Tableau 12: Difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures lors de la création de leurs entreprises

Difficultés rencontrées lors de la création de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Accès difficile au financement	40	65,57
Identification activité	2	3,28
Identification du siège social pour exercer l'activité	10	16,39
Difficultés liées au genre	3	4,92
Autres	6	9,84
Total	61	100,00

Source : enquête de terrain 2019

Nous constatons que l'accès au financement représente la difficulté majeure rencontrée par les femmes lors de la création d'entreprise. L'accès au financement représente 65,57% des difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures. Ensuite, l'identification du siège social pour exercer l'activité représente 16,39% des difficultés rencontrées à la création. L'identification de l'activité est citée par 3,28% par les femmes entrepreneures comme difficulté à la création de l'entreprise et les difficultés liées au genre représentent 4,92% de notre échantillon. Les autres difficultés représentent 9,84%.

Ainsi, l'accès au financement représente le plus grand obstacle lors de la création d'entreprise par les femmes. Il représente 65,57% des difficultés rencontrées lors de la création de l'entreprise. Cela est confirmé par Louhab, S., Tighilt, S., & Akerkar, A. E. (2016) dans leur étude sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie : motivations et contraintes, cas de la région d'Akbou ; qui ont révélé que les femmes entrepreneures interrogées avaient un besoin de financement au démarrage de leur activité (96%).

Plusieurs auteurs ont souligné que le manque d'accès au capital par les femmes entrepreneures constitue un obstacle majeur (Gundry et al, 2002 ; Helms, 1997)

Selon Bousseta M. (2011 :21), en ce qui concerne le problème de financement, l'étude de l'AFEM (Association des Femmes Chefs d'Entreprise au Maroc) au Maroc a révélé que 50% des entreprises féminines sont autofinancées et qu'un tiers seulement du financement provient des ressources externes. Ainsi, dans la culture de la PME marocaine en général et de la PME féminine en particulier l'essentiel du financement est constitué par l'apport personnel et familial et le recours au financement étranger était très faible et demeurait une exception.

2.3.4. Les difficultés rencontrées pendant la gestion de l'entreprise

Tableau 13: Difficultés rencontrées pendant de la gestion des entreprises

Difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures pendant la gestion de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Difficultés d'accès au financement	19	26,76
Problèmes liés à la gestion comptable	2	2,82
Problèmes de marketing et de communication	46	64,79
Autres	4	5,63
Total	71	100

Source : enquête de terrain 2019

Ce tableau montre que les problèmes de marketing et de communication ainsi que les difficultés d'accès au financement représentent les deux grandes difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures (91,55%). Les problèmes de marketing et de communication à eux seuls représentent 64,79%. Les problèmes liés à la gestion comptable représentent 2,82%. D'autres difficultés comme les problèmes de ressources humaines ou d'impôt représentent 5,63% de notre échantillon.

Cela corrobore les travaux de Hisrich et Brush (1984) qui relevaient, par exemple, que les femmes entrepreneurs américaines se percevaient comme dépourvues de compétences en finance, en marketing et en planification.

Egalement, Bousseta M. (2011) révèle dans son étude que lors de la création et /ou la gestion de leurs propres entreprises, 93,4% des enquêtées ont essentiellement peur de ne pas trouver de clientèle.

Ainsi, l'hypothèse 3 selon laquelle les femmes entreprennent par nécessité pour des besoins de survie et que l'accès au financement représente un frein à cet entrepreneuriat est confirmé. En effet, la majorité des femmes de notre échantillon entreprennent par nécessité, pour des besoins de subsistance et l'accès au financement représente la principale difficulté pour la majorité des femmes quand elles lancent leurs entreprises.

Conclusion

La présente étude nous a permis de comprendre l'entrepreneuriat féminin dans la commune I du district de Bamako au Mali. Ces résultats pourront aider les parties prenantes dans la prise de décision pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin au Mali. Ainsi, nos travaux montrent que la plupart des femmes entrepreneures ont entre 30 et 39 ans avec un âge moyen de 33,5 ans. Elles n'ont pas suivi d'études secondaires dans la majorité des cas. La plupart de ces femmes se sont limitées au Diplôme d'Etudes Fondamentales (DEF).

Il ressort également de nos travaux qu'elles avaient une expérience antérieure souvent en tant que salariée avant de créer leurs entreprises et ont un membre de la famille qui est entrepreneur également. Ce membre de la famille est soit le frère ou la sœur dans la majorité des cas.

Aussi, la majorité des femmes entrepreneures de notre échantillon sont mariées et bénéficient du soutien de leurs maris. Ce soutien est sous forme financier le plus souvent. Les femmes entrepreneures de notre échantillon exercent le commerce général comme activité principale. La majorité d'entre elles sont dans le secteur informel. Celles qui exercent dans le secteur formel possèdent des entreprises individuelles. L'étude démontre également que les femmes entrepreneures préfèrent évoluer dans de petites entreprises. En effet, la majorité des femmes de

notre échantillon évoluent dans des entreprises qui ont entre 0 et 3 années d'existence et la quasi-totalité des entreprises enquêtées emploient entre 1 à 5 employés.

Notre étude démontre que les femmes ont financé leurs entreprises à la création grâce à l'appui des parents pour la majorité des cas. La seconde source de financement utilisée est l'épargne personnelle. Le financement par les prêts bancaires reste très faible.

Aussi, la quasi-totalité des femmes entrepreneures n'ont pas bénéficié d'accompagnement entrepreneurial de la part d'une structure d'appui à l'entrepreneuriat, ni de financement de la part d'une structure d'appui.

Certaines femmes sont motivées par le besoin d'indépendance ou d'autonomie financière lors de la création de leurs entreprises. Mais, la majorité des femmes entrepreneures de notre échantillon pratiquent un entrepreneuriat de nécessité. Ainsi, devant la difficulté de trouver un emploi et pour subvenir aux besoins de leurs familles, elles se sont lancées dans l'entrepreneuriat.

L'accès au financement reste la plus grande difficulté rencontrée par les femmes de notre échantillon lors de la création de leurs entreprises. Par contre, les problèmes de marketing et de communication demeurent les difficultés majeures rencontrées par les femmes entrepreneures lors de la gestion de leurs entreprises.

Cependant, cette étude comporte des limites. Ainsi, la taille de l'échantillon n'est pas représentative de la population totale de la commune I du district de Bamako. Toutefois, nos résultats sont comparables à ceux obtenus à travers des études sur la même thématique réalisées au Mali, au Burkina Faso, au Sénégal, au Bénin, au Kenya, etc. Aussi, des variables comme le nombre des enfants, le montant du capital de démarrage, n'ont pas été étudiés. Nous souhaitons que ces aspects soient pris en compte dans les recherches futures.

Bibliographie

Agence pour la Promotion des Investissements au Mali, API MALI (juin 2017): Appui à la mise en œuvre du régime de l'entrepreneur et mise en œuvre de la création sous seing privé pour l'PAI-Mali, rapport final 158 p.

Arasti, Z. (2008). L'entrepreneuriat féminin en Iran: les structures socioculturelles. *Revue libanaise de gestion et d'économie*, 1(1), 1-29.

BilouaFouda, C. N. (2014). Dynamisme entrepreneurial des femmes camerounaises: études de cas de développement d'entreprise (Doctoral dissertation, Bordeaux)

BELCOURT, M. L., BURKE, R. J. et LEE-GOSSELIN, H. (1991), *Une cage de verre : les entrepreneures au Canada*, Ottawa, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, 101 p.

Boussetta, M. (2011). Entrepreneuriat féminin au Maroc: environnement et contribution au développement économique et social. Dakar, Investment Climate and Business Environment Research Fund. Report No. 10/11

Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(4), 5-31.

Brush, C.G. (2006), « Women entrepreneurs : A research overview », *The Oxford handbook of entrepreneurship*, eds., M. Casson, B.Yeung, A. Basu, and N. Wadeson, 611-28. Oxford : Oxford University Press.

Bureau International du travail (2013), Mesurer l'informalité: Manuel statistique sur le secteur informel et l'emploi informel 384 p.

Carrier, C., Julien, P. A., & Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, 31(2), 36-50.

d'Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs: trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15(3), 87-107.

De Carlo, J. F., & Lyons, P. R. (1979, August). A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1979, No. 1, pp. 369-373). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

Filion, L. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue internationale P.M.E.*, 10 (2), 129–172.

Gbaguidi L., Bio N'Goye C. G., Djodjo G. E. ; (2017), motivations intergénérationnelles des femmes entrepreneures : étude de cas au Bénin en Afrique de l'Ouest, XXVIe Conférence Internationale de Management Stratégique Lyon 7-9 juin 2017

GEM (2004), Report on women and entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor

Ghiat, B. (2013) Contraintes socioculturelles des femmes entrepreneures en Algérie.

Gundry L., Ben-Yoseph M., M. Posig (2002), "Contemporary Perspectives on Women's Entrepreneurship: A Review and Strategic Recommendations", *Journal of Enterprising Culture*, vol. 10, n°1, pp. 67-86

Groupe de Travail sur l'Entrepreneuriat Féminin (1997), *Entreprendre au féminin Québec*, 40 p.

Helms, M. (1997.) Women and Entrepreneurship: The Appealing Alternative. *Business Perspectives*, 10(1), 16-19.

Hien, F. K. (2002). L'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso: une étude exploratoire (No. 200214). University of Groningen, Centre for Development Studies (CDS).

Hisrich R. et C.G. Brush. (1984) The woman entrepreneur: management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37.

Institut National de la Statistique du Mali (Décembre 2012) Recensement Général de la Population et de l'Habitat du Mali, analyse des résultats définitifs, thème Urbanisation (RGPH-2009) 57p.

Kounta, S. A. (1997). Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali. Université du Québec à Chicoutimi.

Louhab, S., Tighilt, S., & Akerkar, A. E. (2016). L'entrepreneuriat féminin en Algérie : motivations et contraintes, cas de la région d'Akbou (Doctoral dissertation, Université de bejaia)

Moilim, R. A. (2018) L'entrepreneuriat féminin aux Comores : des opportunités à exploiter pour le cas de l'île de Ngazidja, 6èmes Journées Scientifiques Internationales sur l'Entrepreneuriat en Algérie (27, 28 et 29 Novembre 2018), thème : l'entrepreneuriat : Opportunités, contexte et mise en œuvre

Ministère de l'Economie et des Finances du Mali (Mai 2019) Cadre Stratégique pour la Relance Economique et le Développement Durable (CREDD 2019-2023)

Mulu-Mutuku, M., Odero-Wanga, D., & Ali-Olubandwa, A. (2015). Female Entrepreneurship in Kenya: How do Female Micro-Entrepreneurs Learn to be Entrepreneurial?. *statistics*, 2(1).

Onibon, D. ; Edon, C. (2015). Dynamique de l'entrepreneuriat féminin au Bénin. *Journal de la Recherche Scientifique de l'Université de Lomé*, 17(2), 159-179.

Organisation Internationale du Travail, (2016). Le développement de l'entrepreneuriat féminin https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_183754.pdf consulté le 04/11/2019

Rapport OCDE Istanbul, (2004) « L'Entrepreneuriat féminin : questions et actions à mener » 75p.

Rapport OCDE Istanbul, (2004) « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée » 72p.

Rachdi, F., & Nice, E. D. H. E. C. (2006). L'entrepreneuriat féminin au Maroc: une étude exploratoire. Laboratoire ERMES (Toulon), EDHEC Nice France.

Rachdi F. (2016), l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une approche par le réseau personnel, thèse pour l'obtention du Doctorat en Sciences de Gestion au groupe Institut Supérieur de Commerce et d'Administration des Entreprises, Centre des Etudes Doctorales en Gestion

Raveleau, B. (2008) L'entrepreneuriat féminin dans l'arrondissement de Cholet.

Schumpeter, J.A. (1928), "Der Unternehmer", in Ludwig Elster et al. (Eds.) (1928) *Handwörterbuch der Staatswissenschaften* (4^e édition : Jena 1928 : 483). Référence dans : Hartmann, H. (1959) "Managers and Entrepreneurs : A Useful Distinction", *Administrative Science Quarterly*, vol. 3, n° 3, p. 429-451.

Saleh, L. (2011). L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban. Nancy, Université Nancy, 2.

Schreier, James W., *The Female Entrepreneur, A Pilot Study* (Working Paper, Center for Venture Management, Mount Mary College, 1975).

Schwartz, Eleanor B., "Entrepreneurship: A New Female Frontier", *Journal of Contemporary Business*, (Hiver 1976), 47-76.

Simen, S., & Diouf, I. D. (2013). Entrepreneuriat féminin au Sénégal : vers un modèle entrepreneurial de «nécessité» dans les pays en développement?.

Stratégie Nationale de Promotion de l'Entrepreneuriat Féminin (SNPEF) 2016-2025 (juin 2015) Burkina Faso 60 p.

Yunus, M. (2007), « The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture », *Law and Business Review of the Americas*, 13(2) : 267–275

Zizi, G. T. & Masamba, L. M. V. (2019). « Typologie des femmes entrepreneures en République Démocratique du Congo », dans *Enjeux et perspectives économiques en Afrique francophone* (Dakar, 4 – 6 février 2019). Montréal : Observatoire de la Francophonie économique de l'Université de Montréal, 224-250 pages.