

**LA MOTIVATION DES FEMMES ENTREPRENEURES DANS LE
SECTEUR INFORMEL SELON L'APPROCHE PUSH/PULL : CAS DE
LA COMMUNE I DU DISTRICT DE BAMAKO AU MALI**

**THE MOTIVATION OF WOMEN ENTREPRENEURS IN INFORMAL
SECTOR USING THE PUSH / PULL APPROACH: CASE OF
COMMUNE I OF THE DISTRICT OF BAMAKO IN MALI**

Silamakan KANTE¹, doctorant en Sciences de Gestion

Institut de Pédagogie Universitaire (IPU) du Mali

Email: silaskante@yahoo.fr

Professeur Adama DIABATE

Directeur de l'Institut Universitaire de Développement Territorial (IUDT)

Directeur de thèse à l'Institut de Pédagogie Universitaire du Mali

Email : adamadiabate2001@yahoo.fr

Mali

Résumé :

Cet article a pour objet l'étude des motivations des femmes entrepreneures dans le secteur informel selon l'approche push/ pull (entrepreneuriat de nécessité/ d'opportunité). Ainsi, à travers une approche quantitative, les résultats d'une enquête effectuée auprès de 30 femmes entrepreneures du secteur informel dans la commune I du district de Bamako montrent que la majorité des femmes entrepreneures de notre échantillon (62,26%) pratiquent un entrepreneuriat de nécessité. Ces femmes se sont lancées dans l'entrepreneuriat soit pour subvenir aux besoins de leurs familles ou parce qu'elles ont des difficultés à trouver un emploi.

Mots clés : Entrepreneuriat Féminin- Motivation- Nécessité- Opportunité- Femme Entrepreneure

¹ - Diplômé en audit interne de l'Institut Français de l'Audit et du Contrôle Interne (IFACI) de Paris
- Diplômé en Management Stratégique et Opérationnel de l'Institut International d'Ingénierie de l'Eau et de l'Environnement (2iE) du Burkina Faso

Abstract

The purpose of this article is to study the motivations of women entrepreneurs in the informal sector according to the push / pull approach (entrepreneurship of necessity / opportunity). Thus, through a quantitative approach, the results of a survey of 30 women entrepreneurs in the informal sector in commune I of the district of Bamako show that the majority of women entrepreneurs in our sample (62.26%) practice entrepreneurship of necessity. These women have embarked on entrepreneurship either to support their families or because they have difficulty finding employment.

Keywords: Female Entrepreneurship- Motivation- Need- Opportunity- Woman Entrepreneur

Introduction

L'entrepreneuriat féminin est un moyen indispensable pour la croissance et le développement économique d'une nation. Il permet la création d'emplois et de richesse dans un pays et de lutter ainsi contre le chômage et la pauvreté (Brush et al., 2006).

Les femmes sont au cœur de l'économie mondiale. En effet, elles dirigent désormais un tiers de toutes les entreprises de l'économie formelle à travers le monde. Mais force est de constater que les entreprises qu'elles dirigent sont des très petites ou des microentreprises au potentiel de croissance limité dans la majorité des cas et cela dans les économies en développement et de transition (OIT, 2016).

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

Pour l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) (2004 :9), « les femmes entrepreneures créent des emplois pour elles-mêmes et pour d'autres, tout en

² <https://www.france24.com/fr/20180927-creatrices-entreprises-femmes-africaines-tete-entrepreneuses-afrique> consulté le 10 août 2020

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 ».

Le Mali est un pays d'Afrique de l'Ouest avec une population estimée à 18 786 996 habitants en 2017 selon l'Institut National de la Statistique (INSTAT) pour une superficie de 1.241.238 km². Aussi, la population malienne est majoritairement rurale (75% de la population vit en milieu rural) et plus de la moitié de la population (51,34%) est âgée de moins de 15 ans. La capitale Bamako compte 2 351 948 habitants selon l'INSTAT. L'indice de développement humain établi en 2016 par les Nations Unies classe le Mali au 175^e rang sur 188 pays³.

La capitale Bamako est érigée en district et divisée en six communes⁴. La zone d'étude de la présente recherche est la commune I du district de Bamako.

En Afrique, l'emploi informel représente la principale source d'emploi et s'élève à 85,8% de l'emploi total selon le rapport femmes et hommes dans l'économie informelle du BIT publié en 2019. Ainsi, selon ce rapport, 76% des emplois en Afrique sont dans le secteur informel et 94,4% des travailleurs à leur propre compte sont également dans ce secteur. De même, les travailleurs à leur propre compte dans le secteur informel en Afrique de l'Ouest représentent 96% (BIT, 2019).

L'économie malienne est fortement dominée par le secteur informel. Ce secteur est constitué de plus de 99% des entreprises maliennes (API Mali, 2017). Il contribue à la formation du Produit Intérieur Brut (PIB) malien pour près de 60% (API Mali, 2017). Cela démontre le poids important du secteur informel dans l'économie malienne.

Au Mali, 94,2% des emplois (dont 95,3% pour les femmes et 93,4% pour les hommes) sont informels selon le rapport emploi informel et genre au Mali publié en 2018. Le district de Bamako compte 86,1% d'emploi informel dont 91,7% pour les femmes et 82% pour les hommes selon le même rapport.

De même, selon le rapport emploi informel et genre au Mali publié en 2018, 98,8% des emplois informels (dont 56,5% d'hommes et 43,5% de femmes) sont exercés dans le secteur informel.

³ <http://www.banquemonddiale.org/fr/country/mali/overview> consulté le 12 août 2020

⁴ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Bamako> consulté le 12 août 2020

Aussi, dans le district de Bamako, 95,9% des emplois informels (dont 53,4% d'hommes et 46,6% de femmes) sont exercés dans le secteur informel.

Au regard de ce qui précède, l'entrepreneuriat féminin constitue un moyen de développement en permettant la création d'emplois et de richesse par les femmes et le secteur informel constitue le plus grand pourvoyeur d'emplois.

Plusieurs auteurs ont étudié les motivations entrepreneuriales notamment l'approche « push/pull » (Acs et al. 2005 ; Reynolds et al. 2001,2002 ; Shapero, 1975 ; Shapero et Sokol, 1982 ; etc.). Selon l'approche push, une personne va entreprendre parce qu'elle considère l'entrepreneuriat comme une nécessité en vue de survivre. Cette personne considère l'entrepreneuriat comme un moyen de subsistance. Par contre, selon l'approche pull, une personne va entreprendre pas parce qu'elle considère l'entrepreneuriat comme une nécessité mais comme une opportunité. L'objectif de cet article est d'étudier les motivations entrepreneuriales des femmes dans le secteur informel dans la commune I du district de Bamako au Mali selon l'approche push/pull en vue d'apporter notre contribution dans ce domaine. Cela pourra aider les parties prenantes dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin au Mali.

Notre question de recherche est la suivante : quelles sont les motivations entrepreneuriales des femmes dans le secteur informel selon l'approche push/pull (nécessité/ opportunité).

Afin de mieux cerner notre question de recherche, nous avons formulé les hypothèses ci-après:

H1 : les femmes entrepreneures du secteur informel dans la commune I pratiquent l'entrepreneuriat par nécessité.

H2 : les femmes entrepreneures du secteur informel dans la commune I pratiquent l'entrepreneuriat par opportunité.

Ainsi, nous avons choisi un échantillon de 30 femmes entrepreneures évoluant dans le secteur informel au hasard dans la commune I, en vue de déterminer leurs motivations entrepreneuriales. Le présent article comprend deux sections. La première section est consacrée à la revue de la littérature sur l'approche push/pull et la seconde section est consacrée à l'étude empirique.

Section I : Cadre théorique :

1. Définition et caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin :

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. »

Selon Belcourt, Burke et Lee Goselin (Belcourt, 1991), 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. »

Pour l'OCDE (2004), « l'entrepreneuriat féminin 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. »

La quinzième Conférence internationale des statisticiens du travail (15^{ème} CIST) tenue en 1993 a défini dans sa résolution 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 relations 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, OIT, 2013 :16).

Cependant, l'emploi informel est à distinguer du secteur informel. L'emploi informel se réfère aux emplois tandis que le secteur informel se réfère aux entreprises. D'après le cadre stratégique pour la relance économique et le développement durable (CREDD 2019-2023) paru en mai 2019, bien que le secteur informel soit le plus grand pourvoyeur d'emplois au Mali, ces emplois sont précaires.

L'OCDE (2008 :2) indique que, « le secteur informel qui est qualifié d'économie populaire constitue un mode de vie, voire de survie, de la population urbaine, pour laquelle elle permet la

satisfaction de besoins fondamentaux : se nourrir, se loger, se vêtir, se former, se soigner, se déplacer ».

Ainsi, l'entrepreneuriat féminin constitue un moyen pour les femmes de créer des entreprises, d'avoir un emploi et d'en créer pour d'autres. Cela permet de lutter contre le chômage, de créer de la richesse pour le pays et d'atteindre ainsi l'autonomisation des femmes (Brush et al, 2006 ; OCDE, 2004). Aussi, l'un des objectifs du millénaire pour le développement est de promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes.

Selon plusieurs études menées sur l'entrepreneuriat féminin, les entreprises dirigées par les femmes sont des petites entreprises et relativement jeunes. Ces femmes sont mariées dans la majorité des cas selon plusieurs études empiriques et entreprennent de façon individuelle (Kounta S.A., 1997; Arasti Z., 2008 ; Simen S.F., Diouf I. D., 2013; Kante S., 2020).

Au Burkina Faso, selon la Stratégie Nationale de Promotion de l'Entrepreneuriat Féminin (2016-2025), 65,4% des entreprises féminines du secteur informel exercent le commerce et 12,3% interviennent dans les services. Aussi, la quasi-totalité (90%) des entreprises féminines sont individuelles. Dans le domaine des petites et moyennes entreprises, 45% des femmes entrepreneures interviennent dans le domaine du commerce et 29% dans les services. Les femmes entrepreneures au Burkina Faso sont en majorité sans niveau d'instruction ou ont juste le niveau primaire.

Au Maroc, les entreprises féminines interviennent dans le secteur des services avec 37%, le commerce et la distribution pour 31% (Bousseta M., 2011)

Selon le rapport emploi informel et genre au Mali publié en 2018, la quasi-totalité des emplois (94,2%) sont informels au Mali et 98,8% de l'emploi informel se situe dans le secteur informel et 1,2% se situe dans le secteur formel tel que l'administration publique, les entreprises publiques et parapubliques, les ONG et les entreprises privées formelles.

2. Les motivations entrepreneuriales des femmes:

Plusieurs auteurs ont étudié les motivations entrepreneuriales. Certains auteurs ont identifié le besoin d'indépendance et d'autonomie comme motivation entrepreneuriale (Adrien, Kirouac et Sliwinski, 1999 ; Carter et Cannon, 1992; Filion, 1997; Holmquist et Sundin, 1988; Statistiques Canada, 1997; cités par Robichaud Y et al, 2006). Également pour certains auteurs, la création

d'un emploi permettant de concilier la vie professionnelle et la vie privée font partie des motivations entrepreneuriales chez les femmes entrepreneures (Birley, 1989; Brush, 1990; Duchéneau et Orhan, 2000 ; Holmquist et Sundin, 1990; cités par Robichaud Y et al, 2006). Pour Helms (1997), trois facteurs motivent les femmes lors de la création d'entreprise : la liberté personnelle, la sécurité et/ou la satisfaction.

Il existe également des différences entre hommes et femmes en ce qui concerne les motivations entrepreneuriales notamment le développement d'une entreprise : les femmes ont moins d'ambitions par rapport aux hommes (OCDE, 2004). Ainsi, selon l'OCDE (2004), ce phénomène a été constaté aux Etats Unis (Carter, 1997) et en Suède (Wiklund, Davidsson et Delmar, 2003) avec des résultats stables d'un secteur à l'autre et sur la durée.

Egalement, l'absence de compétences pèse également sur la motivation des femmes à entreprendre puisque ces deux facteurs sont liés car même si les femmes choisissent la voie de l'entrepreneuriat, la majorité d'entre elles choisit de se consacrer à l'entrepreneuriat à temps partiel ou au domicile afin de concilier la vie professionnelle et la vie familiale (OCDE, 2004). Cependant, toutes les femmes n'ont pas le même comportement et certaines femmes agissent de façon atypique avec un comportement semblable plutôt à celui des hommes (OCDE, 2004).

Pour Simen S. et Diouf I. D. (2013) dans leur étude sur l'entrepreneuriat féminin au Sénégal, les femmes entreprennent pour plusieurs raisons dont l'autonomie que procure la gestion de sa propre activité, l'insatisfaction de certaines femmes en tant que salariées, la flexibilité des horaires, l'accomplissement personnel, la saisie d'une opportunité et la reconnaissance de l'extérieur.

Velasco, A. L. (2013) dans son étude sur la formation à l'entrepreneuriat aux Philippines note que l'activité entrepreneuriale est un moyen pour les philippins (hommes et femmes) de soutenir les besoins financiers dans 54% des cas. Seulement 37% des répondants de son échantillon déclarent profiter d'une opportunité commerciale.

Gbaguidi L. et al. (2017) dans leur étude de cas au Bénin ont conclu que les entrepreneures béninoises sont plus motivées par des facteurs d'attraction que de nécessité. Ainsi, pour ces femmes l'entrepreneuriat constitue un meilleur moyen de s'en sortir selon l'étude.

L'approche « push/pull a fait l'objet d'études de la part de nombreux auteurs comme facteurs de motivations entrepreneuriales. Plusieurs auteurs ont travaillé sur cette approche notamment Hessels et al. 2008 ; Hughes, 2003; Reynolds et al. 2001, 2002 ; Shapero et Sokol, 1982; etc.

Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dans ses études sur l'entrepreneuriat dans divers pays adopte l'approche entrepreneurs de nécessité/ entrepreneurs d'opportunité (push/pull).

Au Burkina Faso, d'après le rapport GEM 2015, 37% des répondants (hommes et femmes) qui ont créé une entreprise se considèrent comme des entrepreneurs d'opportunité en 2015, contre 53% en 2014. Le taux est de 27% pour ceux qui affirment avoir des motivations de nécessité, contre 22% en 2014.

Le rapport GEM 2015 au Sénégal indique que 27,1% des entrepreneurs sénégalais (hommes et femmes) ont déclaré s'être engagés dans des activités entrepreneuriales pour des motivations de nécessité tandis que 71,8% ont déclaré avoir opté pour ce choix pour des motivations d'opportunité. Au Cameroun, ces taux sont de 64,1% d'entrepreneuriat d'opportunité contre 29,8% d'entrepreneuriat de nécessité. L'étude démontre également que les femmes entrepreneures représentent 36,8% au Sénégal contre 40,5% pour l'entrepreneuriat masculin. Aussi, les hommes pratiquent un entrepreneuriat d'opportunité pour 80,5% et les femmes pratiquent également un entrepreneuriat d'opportunité pour 62,9%. Selon l'étude, ces résultats semblent contredire le fait que les femmes s'engagent dans les activités de création d'entreprise juste pour subvenir aux besoins de la famille sans ambition d'accumulation de richesse bien que la proportion de nécessité soit plus grande chez les femmes que chez les hommes.

Par ailleurs, il faut noter que l'étude GEM n'est pas effectuée au Mali⁵.

L'approche « push » correspond à la nécessité (Acs et al., 2005 ; Reynolds et al., 2002) et à l'insatisfaction de la situation actuelle de la femme (Bradley et Roberts, 2005; Brockhaus, 1980; Cooper, 1971 ; Stoner et Fry, 1982) et l'approche pull à l'opportunité (Acs et al., 2005 ; Reynolds et al., 2002) et au désir d'indépendance (Hessels et al., 2008 ; Hughes, 2003 ;).

Ainsi, selon les facteurs push, les femmes se lancent dans l'entrepreneuriat parce qu'elles n'ont pas d'autres choix. Elles doivent entreprendre pour survivre. Elles ont soit perdu leur emploi, doivent subvenir aux besoins de leur famille, font face à des frustrations, ont un emploi précaire,...

Pour les facteurs pull, les femmes entreprennent parce qu'elles perçoivent une opportunité dans l'entrepreneuriat, opportunité qu'elles veulent exploiter. Pour certains auteurs contrairement aux entrepreneures de nécessité, ces femmes ne subissent pas l'entrepreneuriat mais elles la

⁵ <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles> consulté le 20 août 2020

choisissent. Elles désirent être indépendantes, avoir une autonomie financière, possèdent des connaissances qu'elles veulent mettre à profit, saisir une opportunité,...

Dans le cadre de la présente communication, nous nous intéressons à l'approche « push/pull » connue également sous les termes « nécessité/ opportunité. »

Section 2:Étude empirique

1. Méthodologie :

La présente étude sur les motivations des femmes entrepreneures dans le secteur informel dans la commune I du district de Bamako suivant l'approche push/ pull est basée sur une enquête par questionnaire de 30 femmes entrepreneures du secteur informel. L'échantillon de la présente étude a été tiré d'une enquête réalisée auprès de 52 femmes entrepreneures dans la commune I du district de Bamako entre août et octobre 2019 dans le secteur informel et dans le secteur formel. Ainsi, cette enquête a fait l'objet d'un article intitulé : « l'entrepreneuriat féminin au Mali : cas de la commune I du district de Bamako ». Le questionnaire de l'enquête était composé des parties suivantes: l'identification des caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures ainsi que les caractéristiques de leurs entreprises, les sources de financement des femmes entrepreneures, leurs motivations entrepreneuriales et les difficultés qu'elles rencontrent. À l'issue de cette enquête, un questionnaire n'était pas exploitable et ce sont finalement 51 questionnaires qui ont pu être traités. Sur les 51 entreprises dont les données ont pu être traitées, 66,67% des entreprises évoluaient dans le secteur informel, soit 34 entreprises au total. Ainsi, un échantillon de 30 femmes entrepreneures exerçant dans le secteur informel a été choisi des données de cette enquête en vue d'étudier leurs motivations entrepreneuriales selon l'approche push/pull.

Dans le cadre de la présente étude, nous avons choisi 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.

2. Résultats et discussions :

2.1. Les caractéristiques des femmes entrepreneures et de leurs entreprises :

2.1.1. Les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures :

2.1.1.1. L'âge des femmes entrepreneures :

Tableau 1 : Age des femmes entrepreneures :

Age des femmes entrepreneures	Nombre	Pourcentage
22-30 ans	12	40
31-40 ans	14	46,67
41-50 ans	4	13,33
Total	30	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats nous montrent que 40% des femmes de notre échantillon ont un âge compris entre 22 et 30 ans et 46,67% des femmes de notre échantillon ont un âge compris entre 31 et 40 ans. Ainsi, 86,67% des femmes enquêtées ont un âge compris entre 22 et 40 ans. Egalement, la moyenne d'âge des femmes entrepreneures de notre échantillon est de 33,30 ans.

2.1.1.2. Le statut matrimonial des femmes entrepreneures :

Tableau 2 : le statut matrimonial des femmes entrepreneures :

Statut matrimonial	Nombre	Pourcentage
Célibataire	6	20
Fiancée	1	3,33
Mariée	18	60
Veuve	5	16,67
Total	30	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats nous montrent que 60% des femmes entrepreneures de notre échantillon sont mariées. 20% des femmes de notre échantillon sont célibataires et 16,67% d'entre elles sont veuves.

2.1.1.3. Le niveau d'instruction des femmes entrepreneures :

Tableau 3 : le niveau d'instruction des femmes entrepreneures :

Niveau d'instruction	Nombre	Pourcentage
Non scolarisée	5	16,67
Diplôme d'Etudes Fondamentales	11	36,66
Baccalauréat ou équivalent (Brevet de technicienne 2e partie)	9	30
Diplôme de l'enseignement supérieur	2	6,67
Autres	3	10

Total	30	100
--------------	-----------	------------

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats démontrent que 36,66% des femmes de notre échantillon sont titulaires du Diplôme d'Études Fondamentales (DEF) et 30% d'entre elles sont titulaires du baccalauréat malien ou équivalent. Aussi, 16,67% des femmes enquêtées ne sont pas scolarisées.

2.1.2. Les caractéristiques des entreprises des femmes entrepreneures :

2.1.2.1. L'âge des entreprises enquêtées :

Tableau 4 : Age des entreprises des femmes entrepreneures :

Age des entreprises enquêtées	Nombre	Pourcentage
0-5 ans	21	70
6-10 ans	3	10
11 ans et plus	6	20
Total	30	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats démontrent que les entreprises des femmes entrepreneures enquêtées sont des jeunes entreprises. 70% de ces entreprises ont entre 0 et 5 années d'existence. 10% d'entre elles ont entre 6 et 10 ans et 20% ont un âge compris entre 11 ans et plus.

2.1.2.2. Le nombre d'employés des entreprises enquêtées :

Tableau 5 : Nombre d'employés des entreprises enquêtées :

Nombre employés	Nombre	Pourcentage
1-3 employés	26	86,67
4-6 employés	3	10
7-10 employés	1	3,33
Total	30	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats démontrent que les entreprises des femmes entrepreneures dans le secteur informel sont des petites entreprises. Elles emploient entre 1 à 3 employés dans 86,67% des cas. Egalement, 10% des entreprises enquêtées emploient entre 4 à 6 employés.

2.1.2.3. L'activité principale des entreprises enquêtées :

Tableau 6 : Activité principale des entreprises enquêtées :

Activité principale	Nombre	Pourcentage
Commerce général	16	53,33
Coiffure/ stylisme	9	30
Couture	5	16,67
Total	30	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats nous montrent que 53,33% des femmes entrepreneures dans le secteur informel pratiquent le commerce général comme activité principale et 46,67% interviennent dans les services.

2.2. Les motivations des femmes entrepreneures :

Tableau 7: Motivations des femmes entrepreneures :

Motivations	Fréquence	Pourcentage
Besoin d'indépendance ou d'autonomie financière	14	26,42
Difficulté de trouver un emploi	12	22,64
Subvenir aux besoins de la famille	21	39,62
Amour du métier	4	7,55
Mise en pratique des connaissances acquises	2	3,77
Total	53	100

Source : enquête de terrain 2019

Ces résultats nous montrent que la première motivation des femmes entrepreneures dans le secteur informel est de subvenir aux besoins de la famille dans 39,62% des cas. Cette motivation est suivie par le besoin d'indépendance ou d'autonomie financière qui représente 26,42% des cas. Les difficultés de trouver un emploi représentent 22,64% des motivations des femmes entrepreneures dans le secteur informel.

L'amour du métier représente 7,55% des motivations citées et la mise en pratique des connaissances acquises représente 3,77% des motivations entrepreneuriales.

Ainsi, nous constatons que la motivation de subvenir aux besoins de la famille et celle relative à la difficulté de trouver un emploi représentent 62,26% des motivations citées par les femmes entrepreneures. Ces motivations représentent les facteurs « push ». Ainsi, les motivations de type « pull » représentent 37,74% des motivations citées par les femmes entrepreneures. Nous

pouvons donc affirmer que la majorité des femmes de notre échantillon exercent un entrepreneuriat de nécessité.

L'hypothèse 1 selon laquelle les femmes entrepreneures du secteur informel dans la commune I pratiquent l'entrepreneuriat par nécessité est confirmée. Par contre, l'hypothèse 2 selon laquelle les femmes entrepreneures du secteur informel dans la commune I pratiquent l'entrepreneuriat d'opportunité n'est pas confirmée.

L'hypothèse 1 est corroborée par l'étude de Kounta S. A. (1997). Selon l'auteur, subvenir à ses propres besoins et à ceux de sa famille est une motivation significative dans son étude car pour 66% des répondantes, c'est cette raison qui a motivé la création de leurs entreprises (Kounta S. A. :74). Selon l'auteur, les femmes de son échantillon semblent avoir lancé leurs entreprises par nécessité, parce qu'elles n'avaient pas d'autres choix à cause des difficultés de se trouver un emploi dans 76% des cas.

L'hypothèse 1 est également corroborée par l'étude réalisée en 2018 dans les 54 pays d'Afrique par le cabinet Roland Berger et Women in Africa sur : « l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? ». Selon cette étude, les femmes en Afrique pratiquent un entrepreneuriat de nécessité pour des fins de subsistance puisqu'elles n'ont pas d'autres alternatives car elles ont un accès limité au travail.

Selon l'OCDE (2004), l'une des principales opportunités d'emploi pour les femmes est la création de leurs entreprises quel que soit le pays ou le type d'économie observé. Par ailleurs, cela est plus particulièrement observé dans le monde en développement.

Hessels et al., (2008) dans leur étude notent que les motivations sont liées aux aspirations entrepreneuriales et que les entrepreneurs de nécessité ont des ambitions moindres par rapport aux entrepreneurs d'opportunité. Puisque les entrepreneurs de nécessité se sont engagés dans l'entrepreneuriat pour des raisons de « nécessité », de « survie », ces entrepreneurs n'ont pas des ambitions de croissance aussi élevées que les entrepreneurs d'opportunité. Par contre, les entrepreneurs qui se sont lancés dans l'entrepreneuriat pour des motivations d'opportunité comme l'autonomie financière ont des ambitions de croissance, de développement de leurs entreprises et apportent une contribution significative à leurs pays en matière d'innovation, de création d'emplois et de croissance. Pour ces auteurs, les décideurs politiques doivent

encourager l'entrepreneuriat d'opportunité pour stimuler la croissance dans le pays et avoir intérêt à décourager l'entrepreneuriat de nécessité.

Conclusion

L'objectif de la présente recherche était l'étude des motivations des femmes entrepreneures du secteur informel selon l'approche push/pull (entrepreneuriat de nécessité/ d'opportunité).

Ainsi, par une approche descriptive, les résultats d'une enquête menée auprès de 30 femmes entrepreneures du secteur informel dans la commune I du district de Bamako montrent que ces femmes entreprennent pour des raisons de nécessité dans la majorité des cas (62,26%). En effet, ce sont seulement 37,74% des femmes de notre échantillon qui pratiquent un entrepreneuriat d'opportunité. Ces femmes se sont lancées dans l'entrepreneuriat pour des motivations d'indépendance, d'autonomie financière, d'amour du métier ou pour la mise en pratique des connaissances acquises. Par ailleurs, en ce qui concerne les femmes qui pratiquent l'entrepreneuriat de nécessité, ces femmes se sont lancées dans l'entrepreneuriat pour subvenir aux besoins de leurs familles respectives ou parce qu'elles avaient des difficultés de trouver un emploi. Cela semble confirmer l'hypothèse de l'OCDE (2004) selon laquelle les femmes se lancent dans l'entrepreneuriat parce que la création de leurs entreprises est l'une des principales opportunités qu'elles ont pour trouver un emploi et cela quel que soit le pays ou le type d'économie observé. Comme souligné par l'OCDE (2008), le secteur informel permet la satisfaction des besoins fondamentaux comme se nourrir, se loger, se vêtir, se former, se soigner, se déplacer.

Cependant, cette étude comporte des limites. La taille de l'échantillon d'étude composée de trente femmes entrepreneures du secteur informel n'est pas représentative de la population de la commune I du district de Bamako. Malgré cela, nos résultats sont comparables à ceux obtenus à travers des études similaires réalisées au Mali et ailleurs.

BIBLIOGRAPHIE

Acs Z., Arenius P., Hay M., Minniti M. (2005), Global Entrepreneurship Monitor, 2004 Executive Report, Babson College and London Business School.

Agence pour la Promotion des Investissements au Mali, API MALI (juin 2017): Appui à la mise en œuvre du régime de l'entrepreneuriat 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.

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

Bradley D., Roberts J. (2005), Is Low Job Satisfaction a Cause of Self-Employment Entrance? A Survival Analysis Using Data from the British Household Panel Survey. Working paper, East Carolina University, Greenville, North Carolina, 27 Mai.

Brockhaus, R. H. (1980), The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business, Journal of Small Business Management, vol. 18, n° 1; p. 37-43

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.

Cooper, A. (1971). The Founding of Technologically-Based Firms. The Center for Venture Management, Milwaukee, Wisconsin.

Femmes et hommes dans l'économie informelle: Un panorama statistique (troisième édition) / Genève, Bureau International du Travail, 2019, 170 p.

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

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

Hessels J., Van Gelderen M., Thuril R. (2008) Entrepreneurial Aspirations, Motivations and their Drivers. Small Business Economics, 31, 323-339

Hughes, K.D. (2003), Pushed or Pulled? Women’s Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. Gender, Work and Organization 10(4) ; p.433-454.

Institut National de la Statistique et AFRISTAT. 2019. Enquête Régionale Intégrée sur l’Emploi et le Secteur Informel, 2017 : Rapport final. Bamako, Mali : INSTAT et AFRISTAT 265 p.

KANTE, S. (2020). L’entrepreneuriat féminin au Mali : cas de la commune I du district de Bamako. Journal of Academic Finance, 11 (1), 2-21

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

Naba F. S., Toé M. (2016), Global Entrepreneurship Monitor rapport 2015 (GEM), l’entrepreneuriat au Burkina Faso : un dynamisme d’exception à combiner avec l’innovation 45p.

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 Emploi Informel et Genre au Mali (2018), Centre National de Documentation et d’Information sur la Femme et l’Enfant 70 p.

Rapport sur le Cadre stratégique pour la relance économique et le développement durable (CREDD 2019-2023), (2019), Mali 148 p.

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.

Rapport OCDE sur l'Afrique de l'Ouest (2008) 10p.

Rapport de Women in Africa et du Cabinet Roland Berger sur l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? (2018) 28p.

Reynolds P.D., Camp S.M., Bygrave W.D., Autio E. et Hay M. (2001), Global Entrepreneurship Report, Summary Report

Reynolds, P., Bygrave, W., Autio, E., Cox, L. & Hay, M. (2002), Global Entrepreneurship Report, Summary Report. Babson College.

Robichaud Y., LeBrasseur R., Riverin N., Zinger J. T. (2006), L'influence des motivations pression-attraction («push-pull») sur la conduite d'une petite entreprise lors de la phase de création : une comparaison hommes/femmes ;

Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9(6), 83.

Shapero, A., & Sokol. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In *Encyclopedia of entrepreneurship*. (C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper, p. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

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

Stoner, C.R. et Fry, F.L. (1982), The entrepreneurial decision: dissatisfaction or opportunity, *Journal of Small Business Management*, 20(2); p.39–43

Simen S. F., Tidjani. B., Diouf I. D., (2015). Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Entrepreneuriat au Sénégal : caractéristiques, motivations, perceptions et qualité de l'écosystème 82p.

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

Velasco, A. L. (2013). Entrepreneurship Education in the Philippines. *DLSU Business & Economics Review*, 22(2).