



Munich Personal RePEc Archive

The determinants of female entrepreneurship in Dakar Senegal

Dia, Ibrahima and Bonnet, Jean and Abdesselam, Rafik

Centre de Recherche en Economie et en Management, Laboratoire
Conception de l'Action en Situation (COACTIS)

10 March 2017

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/81293/>
MPRA Paper No. 81293, posted 11 Sep 2017 23:30 UTC

The determinants of female entrepreneurship in Dakar (Senegal)

By Ibrahima DIA* Jean BONNET ** Rafik ABDESSELAM***

* Docteur en Sciences Economiques Générales, Chercheur
associé au Centre de Recherche en Economie et en Ménagement
Université de Caen Normandie/UMR CNRS 6211
Attaché Temporaire d'Enseignements et de Recherches
Université des Antilles Pôle Martinique

** Professeur associé au Centre de Recherche en Economie et
en Management Université de Caen Normandie/ UMR CNRS
6211

*** Professeur associé au laboratoire Conception de l'Action en
Situation (COACTIS), Université Lumière Lyon 2

Abstract:

The purpose of this paper is to understand the determinants of women's entrepreneurship in the informal sector in Dakar (Senegal). It aims mainly at a better knowledge of women's involvement in economic activities through the informal sector. The paper does this in three ways: first, by defining the informal sector and the female entrepreneur through a literature review; second, by adapting theoretical models in entrepreneurship to the Senegalese informal sector and by defining the concept of entrepreneurial culture ; third, by making a discriminating factorial analysis and a barycentric analysis, based on primary data collected from 153 women in Dakar, to describe a woman's belonging to a category of creation: creation in the formal or large informal sector, creation in the small informal sector and non-creation. The results show that the woman entrepreneurial activity from one sector to another depends on her human, social and cultural capital and confirm the importance of social capital in the female entrepreneurship of the developing countries where the informal sector is highly developed.

Jel code : L26, E26, M13, M14

Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin à Dakar (Sénégal)

Par Ibrahima DIA* Jean BONNET Rafik ABDESSALAM*****

Résumé :

L'objectif de cet article est de comprendre les déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans les secteurs informel et formel à Dakar (Sénégal). Il vise principalement à mieux comprendre la participation des femmes aux activités économiques du pays.

Pour ce faire, nous avons d'abord défini les concepts de secteur du petit informel, de secteur du gros informel, de secteur formel et de la femme entrepreneure à travers une revue de la littérature. Ensuite, nous avons présenté trois modèles théoriques d'intention entrepreneuriale adaptés aux entrepreneures sénégalaises et défini le concept de culture entrepreneuriale. Pour finir nous avons effectué une analyse factorielle discriminante et une analyse barycentrique, sur des données primaires collectées auprès de 153 femmes à Dakar, pour décrire l'appartenance d'une femme à une catégorie de création : création dans le secteur formel ou gros informel, création dans le secteur du petit informel et la non création.

Les résultats montrent que le lancement d'une activité d'un secteur à l'autre dépend du capital humain, social et culturel de l'entrepreneure et confirment l'importance du capital social dans l'entrepreneuriat féminin des pays en développement où le secteur informel est très développé.

Mots clés : entrepreneuriat féminin, secteur informel, modèles intentionnels, analyse discriminante, Dakar.

Code Jel : L26, E26, M13, M14

1. Introduction

Les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin sont apparus vers 1970 aux Etats-Unis, en Angleterre et dans les pays de l'OCDE. Entre 1970 et 1980, il y a eu un regain de publication à ce sujet notamment avec les articles de Schereir en 1975, Schwartz en 1976 et Lyons en 1979. Depuis l'article pionnier « Entrepreneurship a new female frontier » de Schwartz en 1976 publié dans le « Journal of Contemporary Business », le nombre de publications en entrepreneuriat féminin a connu une croissance fulgurante. Ainsi de 1990 à 2014 beaucoup d'études sur ce thème ont vu le jour mais l'objectif ultime de l'ensemble de ces recherches a été de mettre en évidence les théories de genre. Dans ces études les femmes sont le plus souvent représentées

comme étant plus vulnérables que les hommes (Bosma & Harding, 2007 ; A. Robb, 2009), disposant d'un faible niveau d'instruction (Davidson & Honig, 2003) ; Arnius & Minniti, 2005), disposant d'un faible réseau relationnel (Aldrich & Cliff, 2003 ; Bosma et al., 2004 ; Kraus, 2009) et de peu de ressources financières (Riding & Swift, 1990 ; Bel, 2009 ; Nelson & Vosmek, 2014 ; Stivell & Zhan, 2014).

En Afrique, quelques travaux de recherches ont été menés sur ce sujet (Tchoussi, 2002 au Cameroun ; Smith-Hunter, 2013 au Ghana ; Guerrin, 2002 au Sénégal ; Rachidi, 2006 au Maroc ; Kane, 2009 en Mauritanie). Ces recherches considèrent l'entrepreneuriat féminin comme source de croissance, d'emplois et d'innovation. L'entrepreneuriat féminin est considéré dans tous les pays africains, par les gouvernants, les analystes et les bailleurs de fonds, comme l'un des moteurs du développement et l'une des sources d'emplois et est mis en avant dans toutes les politiques économiques et sociales (Stivell & Zhan, 2014). L'entrepreneuriat ou la microentreprise, plus visible dans le secteur informel des pays africains, comprend toutes les activités économiques qui peuvent résorber le problème d'accès à l'emploi dans ces économies en situation de rareté de l'emploi formel.

Depuis l'apparition du terme « secteur informel » en 1972 dans le rapport du BIT¹ sur le Kenya, beaucoup d'études ont vu le jour sur ce secteur notamment sur le travail informel. Il concentre principalement le travail des femmes d'après l'étude réalisée par les Nations-Unies en 2000 dans onze pays africains (Gambie, Madagascar, Côte d'Ivoire, Mali, Maroc, Sénégal, Tanzanie, Zambie, Burkina Fasso, Zimbabwe, Ethiopie). Les structures économiques de ces pays ne créent pas d'opportunités de travail. Les femmes s'appuient sur leurs propres initiatives pour créer leur propre entreprise dans un secteur facile d'accès. Les femmes africaines ont un plus grand rôle économique comparées aux autres femmes à travers le monde (Stivell & Zhan, 2014). Elles sont responsables de 70% de la population agricole et 60% du secteur informel. Ces deux secteurs combinés font 75% de l'économie africaine.

Au Sénégal, il existe peu ou pas d'études sur l'entrepreneuriat féminin et notamment sur les déterminants de l'entrepreneuriat des femmes. Le secteur informel est une composante majeure de l'économie sénégalaise et pourvoit entre 60 et 70% du PIB selon le secteur d'activité (DPS² 2002). Il abrite toutes les couches sociales et emploie 80% de la population active sénégalaise (ANDS³ 2012). Les femmes y sont majoritaires et on dispose de peu d'informations les

¹Rapport du Bureau International du Travail sur le Kenya de 1972

² Document de Prévisions Statistiques du Sénégal 2002

³ Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie du Sénégal

concernant. L'étude de l'entrepreneuriat féminin trouve donc toute son importance pour l'économie sénégalaise d'autant plus que c'est un phénomène à inscrire dans le processus de transition de l'économie du pays. A partir d'une étude empirique menée dans la région de Dakar, cette étude s'intéresse à l'analyse des déterminants de la création d'entreprise des femmes.

L'objectif de la présente recherche est de répondre à la question suivante : quels sont les facteurs qui déterminent et influencent fortement l'avènement entrepreneurial chez les femmes sénégalaises en se basant sur quelques modèles théoriques existant dans ce domaine ?

Pour ce faire, nous avons réalisé cette étude en utilisant des données essentiellement primaires, collectées auprès de 67 femmes évoluant dans le secteur du petit informel, 19 dans le secteur du gros informel, 21 dans le secteur formel et 46 femmes non entrepreneures. Les résultats laissent apparaître l'importance des caractéristiques personnelles des créatrices et l'environnement local dans lequel évoluent les femmes sur leur décision de créer.

La présente recherche comporte trois parties. La section 2 expose le cadre théorique de l'entrepreneuriat féminin avec l'adaptation des modèles théoriques d'intention entrepreneuriale de Shapero (1975), d'Azjen (1991) et de Hayton et al (2002) aux femmes entrepreneures sénégalaises. La section 3 expose la méthodologie que nous avons adoptée avec la présentation des données collectées et la méthode d'analyse discriminante. La section 4 expose nos résultats. La section 5 explicite l'interprétation des résultats de l'étude empirique sur l'entrepreneuriat féminin au Sénégal. Nous terminons avec la conclusion au niveau de la section 6.

2. Cadre théorique

2-1 Définition de quelques concepts clés

L'étude de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur informel ne saurait se faire sans une définition adéquate du secteur ainsi que la définition de la femme entrepreneure dans ce secteur qui en découle.

2-1-1 Définition du Secteur Informel (S.I)

L'une des difficultés que rencontre le chercheur sur le secteur informel est l'absence d'une définition largement acceptée de ce secteur. Plusieurs définitions du secteur informel ont vu le jour depuis le rapport de l'OIT (Organisation Internationale du Travail) sur le Kenya en 1972. Le choix d'une définition du secteur par un chercheur détermine considérablement la méthodologie d'échantillonnage pour la collecte de données, ainsi que les conclusions obtenues

et les recommandations de politiques qui s'en suivent (Benjamin N. et al., 2012). Dans ce papier nous avons retenus les définitions de l'OIT de 1972, de l'Institut El Amouri de Tunis de 1990 et celle de Benjamin Nancy et co-auteurs de 2012.

- L'OIT (1972) définit le secteur informel comme étant facile d'accès, utilisant des ressources locales et dont les entreprises sont des propriétés familiales. Les acteurs du secteur sont dans une situation marginale et occupent des emplois dites du « petits métiers » dans une organisation informelle.
- La définition de l'Institut El Amouri de Tunis (1990) rejoint celle de L'OIT. Pour l'Institut le secteur informel serait le négatif du secteur formel, faiblement organisé, dominé par les relations familiales, enfreignant les règles juridiques et peu productif. Il regroupe toutes les activités qui n'ont pas d'existence légale et qui de fait sont inconnues de l'administration fiscale. L'autorité tolère son existence mais le néglige, l'exclut de sa politique économique.
- Benjamin Nancy et ses co-auteurs (2012) définissent quant' à eux le secteur informel à partir de critères de formalités. Selon que les entreprises remplissent ou non ces critères, elles se situent soit dans le secteur formel, soit dans le secteur du gros informel et soit dans le secteur du petit informel. La définition de ces auteurs est résumée dans le tableau suivant :

Tableau 1 : Définition du secteur formel, du gros informel et du petit informel

	Formel	Gros Informel	Petit Informel
Paiement régulier de l'impôt sur le revenu	Oui	Quelques fois	Très rarement
Tenue d'une comptabilité honnête	Oui	Non	Très rarement
Enregistrement	Oui	Oui	Quelques fois
Chiffre d'affaire dépassant 50 millions CFA	Oui	Oui	Non
Local fixe	Oui	Oui	Non
Eligibilité pour les prêts bancaire	Oui	Oui	Non
Niveau de formalité	6	4-5	0-2

Source : Benjamin Nancy et al, 2012

Pour les auteurs, les entreprises du gros informel ont toutes les caractéristiques pour se formaliser mais choisissent d'avoir des comptes délibérément faux pour échapper au fisc.

Une synthèse de l'ensemble des définitions du secteur informel que nous venons de voir nous permet de donner une définition de la femme entrepreneure dans le secteur informel dans la section suivante.

2-1-2 Définition de la femme entrepreneure du secteur informel

Les femmes entrepreneures sont plus susceptibles d'être dans l'économie informelle dans les pays en voie de développement que dans les pays développés. La description du secteur informel nous permet de définir la femme entrepreneure de l'informel.

L'entrepreneure se définit comme « *la femme qui exerce seule ou avec d'autres femmes une activité génératrice de revenus, menée hors du cadre réglementaire officiel, qui utilise peu de capitaux, de technologies et de compétences. Elle est peu qualifiée et reste très éloignée des réseaux professionnels qui caractérisent le secteur formel. Elle opère le plus souvent de sa maison, sur un marché local, avec un faible profit et fait face à une forte concurrence sur un secteur surpeuplé et facile d'accès. Elle exerce l'activité pour assurer la subsistance de ses enfants et de sa famille. L'activité est liée au domaine domestique (commerce alimentaire, produits agricoles, objets d'artisanat, vêtements, produits cosmétiques, petits mobiliers etc.) et est une réponse aux exigences de la société par rapport au statut de la femme, à la concurrence entre femmes et à une rivalité dans le paraître* ».

On retiendra de cette définition que la femme qui entreprend dans le secteur informel est souvent dans une situation marginale et de pauvreté. L'exercice d'une activité est une réponse à ses besoins vis-à-vis de sa famille, de la société, des autres femmes de son entourage immédiat et lointain, de son désir d'indépendance financière et d'autonomisation. Au Sénégal, l'activité s'exerce souvent dans le cadre d'une réponse à des normes sociétales trop exigeantes.

Au-delà de la définition de ces quelques concepts clés, nous avons adaptés dans cette étude quelques modèles théoriques à l'entrepreneuriat féminin sénégalais.

2-2. Modèles théoriques entrepreneuriaux adaptés aux sénégalaises

Plusieurs théories en entrepreneuriat se sont succédé pour expliquer le phénomène de la création d'entreprise dont notamment les théories de l'approche par les traits de la personnalité, l'approche démographique, l'approche environnemental et l'approche interactionniste (Emin 2004). Des auteurs comme Krueger et Carsrud (1993), Kolvereid (1996), Katz et Gartner (1988), Davidsson (1995), Tounés (2006), Fayolle et al. (2006), Léger-Jarniou (2006), ont mis en exergue l'importance ou le rôle central de l'intention dans le processus d'émergence d'une organisation. L'intention de créer est fortement lié à l'importance que représente le choix de création pour l'individu et sa perception de la faisabilité de son projet.

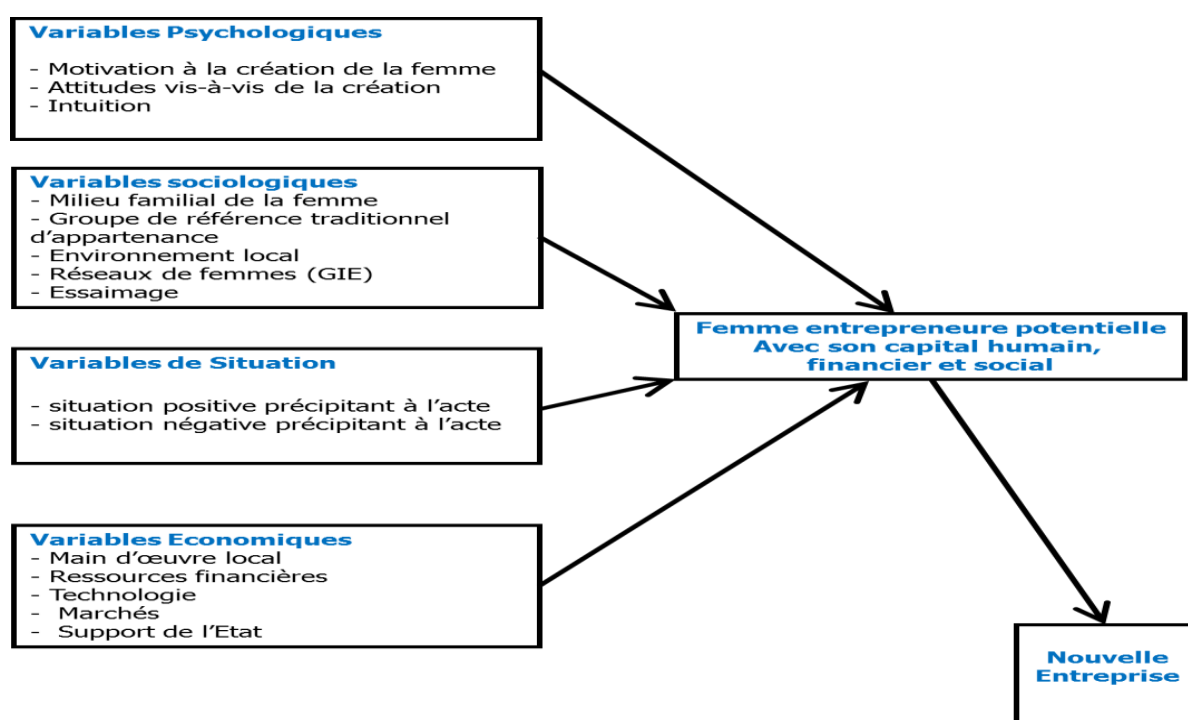
Nous nous sommes inspiré des modèles de base d'intention entrepreneurial tels que la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale, le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (1975) et le modèle conceptuel de Hayton, Georges et Zahara (2002) qui associe culture nationale, entrepreneuriat et les caractéristiques de l'entrepreneur, pour faire mettre en place de nouveaux modèles entrepreneuriaux spécifiques aux femmes sénégalaise. Nos modèles offrent un cadre théorique cohérent permettant une meilleure compréhension du processus entrepreneurial des femmes au Sénégal.

2-2-1 Modèle factoriel de la femme entrepreneure sénégalaise

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

Dans notre modèle factoriel (voir figure 1), inspiré du modèle d'origine de Shapero (1975), quatre principales variables agissent sur la femme entrepreneure sénégalaise. L'entrepreneure potentielle sénégalaise, avec son niveau de capital humain, social et financier, est fortement influencée dans son processus de création par des variables psychologiques (ses motivations, son attitude vis-à-vis de la création et ses intuitions), des variables sociologiques (son milieu familial, son groupe de référence traditionnel d'appartenance, son environnement local immédiat, son appartenance à des réseaux de femmes etc.), des variables de situation (situation positive ou négative de la femme précipitant à l'acte) et enfin des variables économiques (la connaissance du marché dans lequel on elle veut créer, l'utilisation d'une technologie traditionnelle ou moderne dans son entreprise, la disponibilité d'une main d'œuvre locale et la disposition ou non de ressources financières).

Figure 1 : Modèle factoriel de la femme entrepreneure sénégalaise



Modèle factoriel de la femme entrepreneure sénégalaise

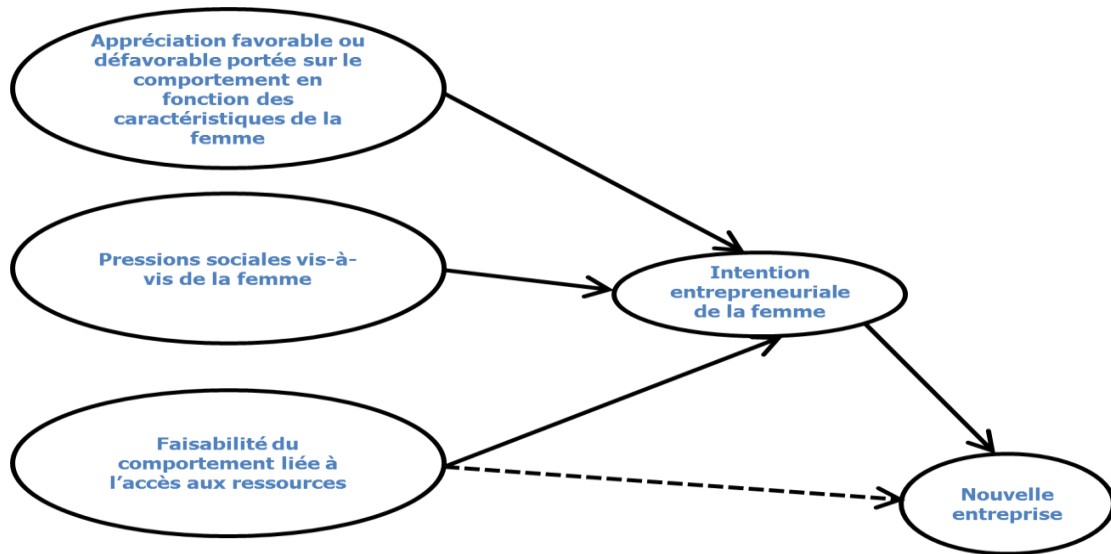
Au Sénégal, la crédibilité de l'acte de création de la femme dépend du milieu dans lequel elle évolue, à son appartenance aux groupements d'intérêt économique de femmes de son quartier, aux groupes de lignage et tontinière et aux réseaux sociaux de femmes. La femme entrepreneure potentielle dispose le plus souvent d'un niveau de capital humain et financier faible mais un niveau de capital social très important qui est cœur du processus de création.

2-2-2 Modèle intentionnel de la femme entrepreneure sénégalaise

Le modèle intentionnel met l'intention au cœur du processus de création d'entreprise (Taouab, 2014). Azjen, en 1991, postule dans son modèle que l'intention de l'individu dépend de son attitude à l'égard du comportement concerné, sa perception des normes sociales et le contrôle qu'il pense avoir de la situation.

Dans le modèle d'intention entrepreneuriale de la femme sénégalaise (voir figure 2), comme chez Azjen (1991), l'intention entrepreneuriale est fortement influencée par l'appréciation favorable ou défavorable que la femme a par rapport à la création en fonction de ses caractéristiques personnelles, par les pressions ou normes sociales que la société sénégalaise exerce sur elle et par son accès facile ou difficile aux ressources.

Figure 2 : Modèle d'intention entrepreneuriale de la femme sénégalaise



Modèle intentionnel de la femme entrepreneure sénégalaise

Le degré d'appréciation favorable ou défavorable d'une femme envers la création d'une activité repose sur ces caractéristiques personnelles et professionnelles (âge, expériences, formation, situation familiale, lieu de résidence etc.) et sur sa vision de l'entrepreneuriat (Tounès, 2006). Le degré d'évaluation des femmes d'exercer une activité au Sénégal reste toujours positif même si elles sont poussées à la création le plus souvent par des motivations « push ».

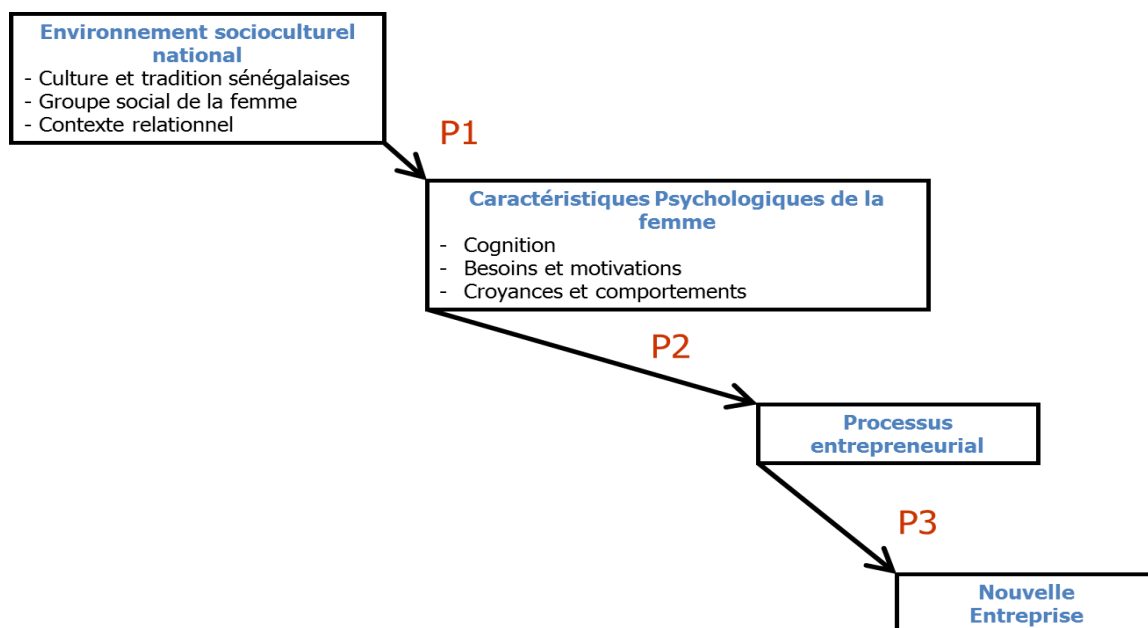
Les pressions sociales perçues, qui incitent ou pas à mettre en place une activité, correspondent aux pressions sociales nées de ce que les personnes proches, la famille, les amis pensent de ce qu'on voudrait entreprendre (Tounès, 2003, Fayolle et al, 2006). Dans notre modèle, ce sont les pressions immédiates émanant de la société sénégalaise dans son ensemble qui incitent ou pas la femme à mettre en place son activité.

Le dernier élément de notre modèle est, comme chez Shapero (1975) et Azjen (1991), la faisabilité de l'acte de création. Elle correspond à la perception qu'a la femme des difficultés à surmonter pour mettre en place l'activité mais aussi à ses compétences individuelles. Dans notre modèle, la faisabilité référence à la disponibilité de ressources locales, d'une main d'œuvre pas cher et des activités demandant peu de ressources financières et technologiques.

2-2-3 Modèle relationnel entre culture nationale et entrepreneuriat féminin au Sénégal

Le modèle relationnel entre culture et entrepreneuriat féminin que nous présentons ici est fortement inspiré du modèle conceptuel de Hayton, Georges et Zahra de 2002. Le modèle présente la relation entre la culture nationale, les caractéristiques psychologiques de la femme et l'entrepreneuriat (voir figure). Il se décline en trois étapes. Dans un premier temps la culture (à travers les traditions sénégalaises, les groupes sociaux d'appartenance et les contextes relationnels entre les femmes) agit sur les caractéristiques personnelles et psychologiques de la femme (cognition, besoins et motivations, croyances et comportement). Ensuite, de par cette pression culturelle et sociale la femme déclenche le processus entrepreneurial qui aboutit enfin à la création de l'activité. La culture serait une variable modératrice de la relation entre les facteurs contextuels et l'entrepreneuriat (Colot et al, 2007).

Figure 3 : Modèle relationnel entre culture nationale et entrepreneuriat féminin au Sénégal



Modèle relationnel entre culture nationale et entrepreneuriat féminin au Sénégal

L'adaptation de ce modèle dans notre étude a pour principal objectif de montrer l'impact de l'environnement socioculturel sur les caractéristiques psychologiques et les pratiques managériales des femmes dans le secteur informel.

L'approche par la culture de l'entrepreneuriat féminin est une approche anthropologique. Elle concerne les recherches relatives à l'entrepreneure dans son groupe social. Cette approche

s'attache notamment à la culture du groupe social au travers de ses rites, ses normes de comportement, ses idéaux et ses traditions. Les femmes sénégalaises n'échappent pas aux normes sociétales liées à la culture. Elles forment souvent des groupes d'entraide basés sur l'appartenance à un même lignage (wolof, peuls etc.), un même quartier ou un groupe de tontine. Ces groupes sont souvent ancrés sur des valeurs culturelles où le rôle de la femme reste très important et demande de plus en plus de moyens financiers. Ces groupes peuvent évoluer pour devenir des groupements d'intérêt économique (GIE) et avoir des activités lucratives.

3- Méthodologie

3-1 Les données

Les données utilisées dans ce papier proviennent de l'enquête empirique, à deux phases, qu'on a effectuée à Dakar en 2012 et en 2014.

On dispose d'un échantillon de n observations de Y et de $X = (X_1, \dots, X_p)$ variables sur les n individus de l'échantillon. On a mesuré la variable qualitative Y à K modalités et p variables explicatives.

La taille de notre échantillon est de $n = 153$ femmes. La variable qualitative Y est la variable création ou non qui possède $K = 2$ modalités (création d'entreprise ou non création d'entreprise par la femme). Sur les 153 femmes de notre échantillon on a obtenus des données sur les variables explicatives $X = (X_1, \dots, X_p)$ décrites au tableau 3 en annexe A.

Notre objectif étant de décrire, dans la section suivante, la variable création Y ou expliquer l'appartenance des femmes à une des catégories ou modalités K de types de création en fonction des variables explicatives.

Nous avons élaboré notre échantillon sur la base des informations recueillies au niveau du ministère de la femme et de l'entrepreneuriat féminin et de l'ANSD. Dans la phase 1, nous avons adopté la méthode d'échantillonnage par quotas avec deux quotas. Dans cette phase on a interrogé au total 21 femmes dans le secteur formel et 86 femmes dans le secteur du gros et du petit informel sur une population mère de 1388 femmes.

Dans la phase 2 on a interrogé 55 femmes non entrepreneures sur une population mère de 1200 femmes. Seulement 46 femmes avaient des données qui étaient traitables.

Tableau 2 : échantillon

	Effectifs
Secteur Formel (SF)	21
Secteur Gros -informel (SGI)	19
Secteur Petit Informel (SPI)	67
Non créatrices	46
N	153

3.2. Méthodes

Dans ce papier nous avons procédé d'abord à une analyse factorielle discriminante suivi d'une analyse barycentrique pour décrire l'appartenance d'une femme à une catégorie de création (création dans le formel ou le gros formel, création dans le petit informel et la non création) en fonction des variables explicatives issues de nos modèles théoriques. Nous avons essayé ensuite, en utilisant une analyse des correspondances simples, de déterminer le lien entre la culture entrepreneuriale et la création d'entreprise.

3.2.1 L'analyse factorielle discriminante

L'objectif de l'analyse discriminante est de prédire une variable qualitative à K classes ou modalités à l'aide de p prédicteurs (Yongcheng Chen, 2017). Elle étudie des données provenant de groupes connus a priori (dans notre cas groupe du formel ou gros informel, groupe du petit informel et groupe de non création) et vise deux objectifs principaux :

- Un but descriptif qui tente de répondre à la question suivante : quelles sont les principales différences que l'on peut déterminer à l'aide des variables mesurées ?
- Un but de classement qui répond à la question suivante : peut-on déterminer le groupe d'appartenance d'une nouvelle observation uniquement à partir des variables mesurées ?

Pour atteindre ces objectifs nous avons modéliser la variable qualitative Y (création ou non création) à K modalités (création dans le secteur formel, création dans le secteur du gros informel, création dans le secteur du petit informel et non création) à partir de p variables explicatives $X = (X_1, \dots, X_p)$ issues de nos modèles théoriques et décrites dans le tableau 3 en annexe A. On dispose d'un échantillon de 153 femmes sur lequel les p variables explicatives et la variable à expliquer ont été mesurées simultanément. On se place dans un cadre dit supervisé, où chaque modalité de Y représente une classe (création/ non création) des femmes que l'on cherche à discriminer.

Nous avons classés d'abord les femmes aux groupes d'origine de la variable qualitative Y (création/non création) pour déterminer la qualité prédictive du modèle. Ensuite, dans un but essentiellement descriptif de l'analyse discriminante, on a cherché quelles sont les combinaisons linéaires des variables explicatives qui séparent le mieux nos K modalités et qui donnent une représentation graphique qui rend mieux compte cette opération. Enfin, dans un but de classement, l'analyse discriminante nous a permis de décrire les liaisons entre la variable à expliquer Y et les p variables explicatives.

3.2.2 L'analyse discriminante barycentrique

L'objectif de l'analyse discriminante barycentrique consiste à améliorer l'efficacité de la discrimination par une seconde analyse pourtant sur le sous-échantillon des individus proches de la cloison mis en place lors de la première analyse discriminante. Dans ce papier, l'analyse barycentrique nous a permis de prédire le groupe ou la classe d'appartenance d'une femme à partir des variables explicatives signalétiques décrites dans l'analyse discriminante.

3.2.3 Analyse des correspondances simple : lien entre culture entrepreneuriale et entrepreneuriat

A partir des variables explicatives retenues dans ce papier et issues de notre questionnaire, on a défini des variables de culture entrepreneuriale (voir l'annexe B explication et définition des variables de culture entrepreneuriale). A partir de ces variables, on a procédé à une nouvelle analyse discriminante pour classer les femmes aux groupes d'origine de culture entrepreneuriales (annexe E). Cette analyse discriminante nous a permis d'avoir 4 classes de culture entrepreneuriale en fonction des variables signalétiques de culture entrepreneuriale définies précédemment. Une fois la typologie de culture entrepreneuriale ou groupes d'origine définis (voir annexe F), on a projeté ces différents types de culture aux groupes d'appartenance de création de la femme à l'aide d'une analyse des correspondances simple. Cette projection nous a permis de voir trois liaisons très fortes entre la création et les classes de culture entrepreneuriales (voir annexe F, figure 4)

Les résultats de ces trois analyses nous ont permis de mieux comprendre les déterminants de l'entrepreneuriat des femmes à Dakar. Ils sont présentés dans la section suivante.

4- Résultats

4.1 Les résultats de l'analyse factorielle discriminante

Le résultat du classement aux groupes d'origine (création/non création) montre que les femmes sont très bien classées (voir le tableau 4 de l'annexe C). Le pourcentage des biens classés est de 90.20%, ce qui montre l'excellente qualité du modèle. La fonction linéaire reconstituée de Fisher montre que les combinaisons linéaires signalétiques et discriminantes des variables explicatives qui séparent le mieux nos deux groupes (création/ non création) sont l'âge, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants et le niveau d'étude (voir tableau 5 l'annexe C : résultats de l'équation de Fisher). Les femmes qui créent sont plutôt âgées (plus de 50 ans), mariées avec plus de 3 enfants avec un niveau d'éducation qui ne dépasse pas l'école primaire.

Lorsqu'on considère le groupe de création, composé des sous-groupes d'origine création dans le gros informel ou formel et création dans le petit informel, les résultats du classement (tableau 6 de l'annexe C) montrent ici aussi que les femmes sont très bien classées dans les sous-groupes. Le pourcentage des biens classés étant de 95.33%. La fonction linéaire discriminante de Fisher montre que les combinaisons linéaires signalétiques discriminantes qui caractérisent et séparent le mieux nos deux sous-groupes d'origine (création dans le formel ou le gros informel et création dans le petit informel) sont l'âge, le niveau d'étude et le nombre d'enfants (voir tableau 7 en annexe C). Les femmes créatrices du petit informel sont analphabètes, ont plus de 3 enfants et sont âgées entre 25 et 50 ans. Les femmes créatrices du formel ou du gros informel ont plutôt un niveau secondaire ou supérieur, ont plus de 50 ans, n'ont pas d'enfants et/ou ont entre 1 et 3 enfants.

4.2 Les résultats de l'analyse barycentrique

Les résultats de l'analyse discriminante barycentrique (annexe D), supervisés selon la signalétique des variables explicatives (qui séparent le mieux nos groupes ou classes) que sont l'âge, le niveau d'éducation, le nombre d'enfants et la situation matrimoniale, montrent que les femmes qui créent dans le formel ou le gros informel (classe 1) sont plutôt âgées, vivent dans une famille monogame avec 1 à 3 enfants et avec un niveau minimum d'étude égale au secondaire. Les femmes non créatrices (classe 2) ont moins de 25 ans, sont célibataires sans enfants avec un niveau d'étude égale au supérieur. Les femmes qui créent dans le petit informel (classe 3) ont entre 25 et 50 ans, vivent dans une famille polygame avec plus de 3 enfants et sont analphabètes ou avec un niveau d'étude inférieur au primaire.

4.3 Résultat de l'analyse du lien entre culture entrepreneuriale et entrepreneuriat féminin

L'analyse discriminante sur les variables de culture entrepreneuriale nous a permis d'avoir quatre (4) classes de culture entrepreneuriale (voir l'annexe E).

- La **classe 1** ou **culture 1** qui nous désignons par « **culture entrepreneuriale favorable à la création** » : cette classe regroupe les femmes qui n'ont pas dans leur entourage familial immédiat (en dehors des parents ou du mari) quelqu'un qui a possédé une entreprise. Elles ne considèrent pas la nécessité d'avoir une sous-culture entrepreneuriale familiale pour se lancer en activité. Elles reconnaissent une évolution positive du regard de la société par rapport à la femme entrepreneure.
- La **classe 2** ou **culture 2** ou **culture entrepreneuriale défavorable à la création** : les femmes entrepreneures de cette classe ont des parents entrepreneurs et vivent avec des maris ouvriers.
- La **classe 3** ou **culture 3** ou **culture entrepreneuriale très défavorable à la création** : les femmes de cette classe perçoivent un regard très négatif de la société sénégalaise par rapport à la femme qui mène une activité entrepreneuriale et ont des parents chômeurs.
- La **classe 4** ou **culture 4** nommé **culture entrepreneuriale très favorable à la création** : les femmes que l'on retrouve dans cette classe ont dans leur entourage familial quelqu'un qui a déjà possédé une entreprise ou possède une entreprise. Elles croient à la nécessité d'avoir une sous-culture entrepreneuriale pour démarrer une activité. Elles reconnaissent une évolution positive du regard de la société par rapport à la femme entrepreneure et vivent avec un mari salarié ou entrepreneur.

La projection de ces quatre classes de culture entrepreneuriale au secteur de création d'entreprise par l'analyse des correspondances simples montre trois (3) liaisons fortes (voir annexe F, figure 4) entre création et culture entrepreneuriale :

- Les femmes à **culture entrepreneuriale favorable à la création** se lancent en activité dans le **secteur formel** ou le secteur du **gros informel**.
- Les femmes à **culture entrepreneuriale défavorable à la création** ou à **culture entrepreneuriale très défavorable à la création** ne créent pas d'entreprises.
- Les femmes à **culture entrepreneuriale très favorable à la création** se lancent en activité dans le **secteur du petit informel**.

5. Interprétation des résultats

Les résultats issus de nos analyses donnent lieu à plusieurs interprétations.

5.1. L'analyse discriminante :

Le premier résultat montre que le modèle d'affectation d'une femme à une classe (existante à priori) ou classification supervisée, dans le cadre de notre analyse factorielle discriminante, est d'excellente qualité. En considérant uniquement l'affectation aux deux classes création et non création, les femmes biens classées sont de 90.20%. La qualité du modèle est encore meilleure (95.33% de femmes biens classées) en considérant la classe création avec les sous-groupes création dans le gros informel ou formel et création dans le petit informel. Nos observations sont suffisamment distinctes et bien affectées aux groupes de classifications.

Le second résultat, avec ces classifications suffisamment distinctes, nous permet de voir quels critères ou variables explicatives nous permettent d'avoir la meilleure distinction entre les classes.

L'équation linéaire reconstituée de Fisher (en considérant uniquement la création ou la non création) montre que les femmes créatrices ont plus de 50 ans, sont mariées avec plus de 3 enfants et avec un niveau d'éducation ne dépassant pas le primaire. Ceci s'interprète par rapport au reflet de notre échantillon qui est composé majoritairement (43.80%) de créatrices dans le secteur du petit informel. L'âge moyen de création d'entreprise ou d'activité génératrice de revenu des femmes est de 42 ans selon Sarr (1998). Les entrepreneures sénégalaises décident de créer une activité à un âge avancé après une longue période consacrée à la vie familiale et aux enfants. A cet âge aussi, les femmes ont eu le temps d'acquérir suffisamment d'expériences dans leur domaine d'activité avant de se lancer. Dans les familles polygames au Sénégal, où le mari se désengage le plus souvent des obligations familiales, les épouses sont obligées de trouver des activités ou créneaux pour subvenir aux besoins de leurs enfants et faire face à la concurrence entre coépouses. Dans les familles de couples monogames il y a une forte coopération conjugale. Le mari est le plus souvent le premier partenaire moral et financier de sa femme et l'aide aussi à se lancer. Les femmes intègrent souvent le secteur informel qui offre la flexibilité qu'elles cherchent pour combiner activités et charges ménagères (Roberts, 1991). L'effet de l'analphabétisme ou du faible niveau d'instruction sur le fait d'avoir une activité (souvent dans le secteur informel) apparaît aussi. Le secteur informel est à dominante composée d'entrepreneurs qui ont arrêté les études au niveau primaire (28%) et ceux qui n'ont aucune instruction (27.7%), selon l'ANSD (2010). De façon général, les femmes au Sénégal sont moins

éduquées que les hommes (à Dakar, 39% des femmes âgées entre 15 et 65 ans n'ont pas été à l'école contre 25% des hommes et seulement 3% ont une formation universitaire) (ESAMII 2002⁴).

L'équation linéaire reconstituée de Fisher (en considérant uniquement la création) montre que les femmes créatrices du secteur du gros informel ou du formel ont plutôt un niveau secondaire ou supérieur, ont plus de 50 ans, n'ont pas d'enfants et/ou ont entre 1 et 3 enfants. Les femmes créatrices du petit informel sont analphabètes, ont plus de 3 enfants et sont âgées entre 25 et 50 ans. La création dans le secteur formel ou du gros informel (qui a tous les caractéristiques du secteur formel) exige un certain niveau de capital humain. Gérer une entreprise du secteur formel ou du gros informel demande un niveau de qualification, d'expériences et de dynamique entrepreneuriales (reflétés par le niveau d'éducation, l'âge synonyme d'expérience et de dynamique entrepreneuriale). Les femmes du secteur du petit informel se différencient de celles du formel ou du gros informel par la faiblesse de leur niveau de capital humain. Les femmes ont un manque critique en terme de capital humain et financier et une multitude de sources de capital social (Verheul et Thurik, 2011 ; Arenius et De Clercq, 2005). Au Sénégal les femmes souffrent d'un niveau bas d'éducation. Le taux d'alphabétisation des femmes est de 47% alors qu'il est de 70 pour les hommes (GGGR, 2015). L'exercice d'une activité dans le secteur informel facile d'accès et peu réglementé serait donc une réponse aux manques de qualification des femmes pour occuper un emploi formel ou exercer une activité formelle.

5.2. L'analyse barycentrique

L'analyse barycentrique conforte l'analyse discriminante et donne une description très nette des femmes créatrices (du secteur formel ou du gros informel et du secteur du petit in formel) et des femmes non créatrices par rapport aux variables signalétiques que sont l'âge, le niveau d'éducation, le nombre d'enfants et la situation matrimoniale.

Les femmes créatrices du **secteur formel ou du gros informel** sont instruites, âgées et très expérimentées dans leur domaine. Elles vivent dans une famille monogame avec moins de 3 enfants. Le mari est souvent le premier partenaire moral et financier. Dans ces familles monogames il y a une forte coopération conjugale. Le mari souvent salarié ou entrepreneur, met son expérience et son appui financier au service de sa femme.

⁴ Enquête Sénégalais Auprès des Ménages deuxième phase 2002

Les femmes **non créatrices** sont souvent jeunes, célibataires, diplômées du supérieur et ont pour ambitions d'occuper un emploi formel dans le secteur public ou privé. Elles privilégient une carrière professionnelle à une vie familiale et considèrent le mariage et les enfants comme une contrainte.

Les femmes **créatrices du secteur du petit informel** sont le plus souvent analphabètes, vivent dans une famille polygame avec plusieurs enfants et font face à des charges financières et familiales de plus en plus importantes. Dans les familles polygames, où elles vivent, la concurrence entre coépouses, le désengagement du mari vis-à-vis de l'éducation et du bien-être des enfants font qu'elles sont appelées à contribuer de plus en plus aux charges familiales. Le secteur du petit informel offre la flexibilité qu'elles cherchent pour combiner activités et charges ménagères (Roberts, 1991). Les femmes du secteur du petit informel appartiennent aussi à des réseaux de femmes locales et traditionnelles (Guérin, 2002). Ce sont des réseaux personnels ou de liens forts, constituées de familles proches, d'amis ou de l'entourage, très utiles pour le démarrage de leurs activités dans un contexte de rareté et d'incertitude (Fillon, 2005). Ces réseaux, avec leur faible niveau d'étude et l'inaccessibilité aux réseaux formels, leurs permettent d'avoir des ressources humaines et financières nécessaires au fonctionnement de leurs entreprises (Ferrier, 2002).

5.3. L'analyse des correspondances simples

Les résultats de l'analyse du lien entre culture entrepreneuriale et entrepreneuriat montrent que les femmes appartenant à la classe de culture entrepreneuriale favorable à la création se lancent en activité dans le secteur du gros informel ou du formel. Ce sont des femmes qui ont une perception très favorable à l'entrepreneuriat liée à leur niveau d'étude et à leurs expériences. Elles considèrent que les femmes « chefs d'entreprises » sont bien perçues dans la société et occupent des positions privilégiées. La création traduit chez ces femmes leur besoin de liberté, leur goût du risque, leur épanouissement personnel et leur souci d'indépendance (Gabarret et Vedel, 2015)

Les résultats montrent ensuite que les femmes appartenant aux classes de culture entrepreneuriale défavorable et très défavorable à l'entrepreneuriat ne se lancent pas en activités. Ces femmes considèrent que l'entrepreneuriat féminin est très mal vu par la société sénégalaise. Elles sont souvent diplômées et privilégient l'insertion professionnelle comme salariée mieux acceptée par la société.

Les résultats montrent enfin que les femmes appartenant à la culture entrepreneuriale très favorable à l'entrepreneuriat se lancent en activité dans le secteur du petit informel. Ce sont des femmes qui évoluent dans un environnement à sous-culture entrepreneuriale très forte (entourage ayant ou ayant eu des activités dans le secteur informel). Elles démarrent le plus souvent leurs activités en s'appuyant sur l'expérience et l'aide de l'entourage. Elles reconnaissent une évolution positive du regard de la société vis-à-vis des femmes entrepreneures. Les motivations de ces femmes à la création sur le secteur informel sont surtout liées à la nécessité avec des difficultés pour accéder à un marché de l'emploi formel (elles sont sans diplôme), un savoir-faire limité et à des désavantages au plan social lorsqu'elles ont des parents isolés et mariées dans un foyer polygame (Gabarret et al, 2015). Le secteur informel offre un cadre favorable à ces femmes pour mener une activités économique génératrice de revenus leur permettant de subvenir à leurs besoins. Lorsque le conjoint n'est plus là ou ne dispose plus de revenu pour subvenir aux besoins du ménage, l'entrepreneuriat devient un moyen de survie (Guérin, 2002).

6. Conclusion

L'objet de ce travail était de chercher les déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Sénégal. Dans ce contexte nous avons présenté des modèles théoriques traitant les relations entre le capital humain, socioculturel et financier des femmes et l'entrepreneuriat et une analyse factorielle discriminantes des données issues de notre enquête sur le terrain.

Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin sont liés aux caractéristiques personnelles des femmes, de leur environnement familial immédiat et de leur environnement social et culturel.

La femme créatrice du secteur formel ou du gros informel est qualifiée, a un âge avancé et vit dans une famille monogame avec moins de 3 enfants et avec une forte coopération conjugale. Son niveau de capital humain élevé facilite l'accès à l'information et aux ressources nécessaires pour se lancer en activité. Elle a une culture entrepreneuriale favorable à la création et l'entrepreneuriat est une réponse à son besoin d'autonomisation et d'indépendance.

La femme créatrice du secteur du petit informel est, contrairement à la femme entrepreneure du formel ou du gros informel, analphabète, mariée, vit dans une famille polygame avec plusieurs enfants et fait face à d'importantes charges financières. Elle a une culture entrepreneuriale informel très important lié à son environnement socioculturel et qui favorise le processus entrepreneurial dans le secteur informel. Le faible niveau de capital humain et l'important

niveau de capital social qu'elle dispose ont un effet positif sur le lancement de son activité dans un secteur où les entreprises demandent peu de capitaux pour exister. L'activité serait directement liée à la recherche d'un supplément de revenu familial et à la connaissance des circuits d'approvisionnement en matière et du marché d'écoulement des produits, facilitée par l'appartenance à des réseaux de femmes.

Les résultats obtenus confirment l'hypothèse selon laquelle, dans les pays en voie de développement où le secteur informel est très important, le capital social que dispose les femmes favorise l'entrepreneuriat.

7. Annexes

A- Liste des variables explicatives retenues

Tableau 3 : variables explicatives retenues

Variables explicatives retenues	
Niveau d'instruction (GNIVEUDB)	Lieu de résidence à Dakar (BLOCENTB)
Supérieur	Banlieue dakaroise
Secondaire	Dakar centre
Primaire	Dakar Ouest
Analphabète	Appartenance Réseaux de femme (RAGIEGPF)
Expérience Informelle/Formation (HFORENT)	Oui
Oui	Non
non	Accès aux Institutions de Micro finances (QACIMF)
Âge (AGEB)	Oui
Moins de 25 ans	Non
25 à 50 ans	Culture entrepreneuriale (MCULTENT)
Plus de 50 ans	Oui
Situation Matrimoniale (CSITMATB)	Non
Célibataire	Activité du Mari (FACTMARIB)
Mariée Monogame	Salarié
Mariée Polygame	Entrepreneur
Divorcée	Ouvrier/cultivateur
Veuve/Autres	Chômeur
Nombre d'enfants (DNENENFB)	Situation avant création (JSIAVCREAB)
Sans enfants	Salariée
1 à 3 enfants	En étude
Plus de 3 enfants	Chômeuse/femme au foyer/Autre
Activité Parents (EACTPARB)	Domaines d'activités (IDOMACTB)
Salarié	Commerce
Entrepreneur	Industrie et artisanat
Ouvrier/cultivateur	Services
Chômeur	Btp
Appartenance famille entrepreneur (LAPFENT)	Regard de la société (NREGSOC)
Oui	Positif
Non	Négatif

B - Questionnaire : Explication des variables culture entrepreneuriale :

I- Variable activités du mari et du parent leader du couple

1- Si mariée, quelle est l'activité de votre conjoint (FACTMARIB) ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Chômeur | <input type="checkbox"/> 2. Ouvrier |
| <input type="checkbox"/> 3. Cultivateur | <input type="checkbox"/> 4. Entrepreneur |
| <input type="checkbox"/> 5. Employé de la fonction publique | <input type="checkbox"/> 6. Employé dans le privé |
| <input type="checkbox"/> 7. Cadre Supérieur | <input type="checkbox"/> 8. Autre à préciser |
-

2- Quelle activité était effectuée par vos parents (FACTPARB) (activité du parent leader du couple, qui fournit la dépense quotidienne) ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Chômeur | <input type="checkbox"/> 2. Ouvrier |
| <input type="checkbox"/> 3. Cultivateur | <input type="checkbox"/> 4. Entrepreneur |
| <input type="checkbox"/> 5. Employé de la fonction publique | <input type="checkbox"/> 6. Employé dans le privé |
| <input type="checkbox"/> 7. Cadre Supérieur | <input type="checkbox"/> 8. Autres (à préciser) |
-

A partir de ces deux questions on a créé les variables **FACTPARB et FACTMARIB**

II- Variables existence d'une sous-culture entrepreneuriale

1- Est-ce qu'un membre de votre entourage immédiat possède ou a possédé une entreprise ?

1. Oui 2. Non

2- Si oui, de qui s'agit-il ? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- | | | |
|---|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Père | <input type="checkbox"/> 2. Mère | <input type="checkbox"/> 3. Père et mère |
| <input type="checkbox"/> 4. Grandes sœurs | <input type="checkbox"/> 5. Frère (s) | <input type="checkbox"/> 6. Mes coépouses |
| <input type="checkbox"/> 7. Mes tantes | <input type="checkbox"/> 8. Mon mari | <input type="checkbox"/> 9. Autres à préciser |
-

A partir de ces deux questions on a créé la variable **LAPPENT (appartenance à une famille d'entrepreneurs), entourage entrepreneurial en dehors des parents** (puisque les parents sont dans FACTPARENTB)

3- L'existence d'une sous-culture entrepreneuriale familiale est-elle déterminante dans la création de votre entreprise ? (MCULTENT)

1. Oui 2. Non

A partir de cette question on a créé la variable **MCULTENT** qui est en fait **un avis sur la nécessité d'avoir une sous-culture entrepreneuriale familiale pour se lancer**. (Cela veut dire que certains qui ont un entourage entrepreneurial –soit des parents, soit des proches-) peuvent malgré tout répondre **non**.

III- Regards de la société

1- Pensez-vous qu'il y'a une évolution du regard de la société par rapport aux femmes entrepreneures ?

1. Oui 2. Non
-

2- Si oui, d'où émane cette évolution ?

1. De la société
 2. Des hommes
 3. De la famille
-

3- Comment qualifierez-vous ce regard ? (NREGSOC)

1. Un regard plutôt positif 2. Un regard plutôt négatif

A partir de cette question on a créé regard la variable regard de la société **par rapport à la femme entrepreneure (NREGSOC) qui peut être positif ou négatif**.

C- Résultats de l'analyse discriminante

Tableau 4 : Modèle de classement aux groupes d'origine (Création / Non création)

TABLEAU DE CLASSEMENT			
GROUPE D'ORIGINE	POURCENTAGES DES CLASSEMENTS		TOTAL
	BIEN CLASSES	MAL CLASSES	
Création	97.00 (90.65)	10.00 (9.35)	107.00 (100.00)
Non Création	41.00 (89.13)	5.00 (10.87)	46.00 (100.00)
TOTAL	138.00 (90.20)	15.00 (9.80)	153.00 (100.00)

Pourcentage de Bien classé 90.20%, excellente qualité du modèle.

Tableau 5 : Fonction linéaire de Fisher reconstituée à partir des variables d'origine (Création / Non création)

VARIABLES LIBELLE	COEFFICIENTS		ECARTS TYPES (RES. TYPE REG.)	RATIO COEF/ ECT
	FONCTION DISC.	REGRESSION		
25 à 50 ans	-1.9009	-0.4326	0.2211	-1.96
Moins de 25 ans	-3.8992	-0.8874	0.5269	-1.68
Plus de 50 ans	4.6637	1.0614	0.2076	5.11
Célibataire	-8.0961	-1.8426	0.1691	-10.90
Divorcée	-7.2238	-1.6441	0.5444	-3.02
Mariée monogame	4.4437	1.0114	0.3124	3.24
Mariée polygame	4.5568	1.0371	0.2988	3.47
De 1 à 3 enfants	-1.9325	-0.4398	0.2572	-1.71
Pas d'enfant	-2.1737	-0.4947	0.4321	-1.14
Plus de 3 enfants	2.4749	0.5633	0.2438	2.31
Analphabète-primaire	5.7087	1.2993	0.1723	7.54
Secondaire	-4.4761	-1.0187	0.5010	-2.03
supérieur	-9.7364	-2.2159	0.3138	-7.06
CONSTANTE	3.897898	0.000000		

Modalités signalétiques (significativement) discriminantes qui caractérisent et séparent au mieux les 2 groupes (Création / Non création)

Tableau 6 : Modèle de classement aux groupes d'origine sectoriel (Gros informel/ Petit Informel)

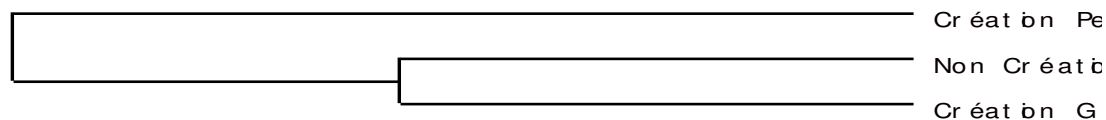
TABLEAU DE CLASSEMENT			
	POURCENTAGES DES CLASSEMENTS		
	BIEN CLASSES	MAL CLASSES	TOTAL
GROUPES D'ORIGINE			
GROS	39.00	1.00	40.00
	(97.50)	(2.50)	(100.00)
PETIT	63.00	4.00	67.00
	(94.03)	(5.97)	(100.00)
TOTAL	102.00	5.00	107.00
	(95.33)	(9.80)	(100.00)

Tableau 7 : Fonction linéaire de Fisher reconstituée à partir des variables d'origine (Gros informel/ Petit Informel)

VARIABLES	COEFFICIENTS		ECARTS TYPES	RATIO COEF/E CT
	FONCTION DISC.	REGRESSION		
LIBELLE			(RES. TYPE REG.)	
25 à 50 ans	-12.7044	-1.4591	0.1203	-12.13
Moins de 25 ans	5.7853	0.6645	1.1874	0.56
Plus de 50 ans	16.9297	1.9444	0.1777	10.94
Célibataire	3.3066	0.3798	0.6426	0.59
Divorcée	2.3754	0.2728	0.6182	0.44
Mariée monogame	1.8955	0.2177	0.2732	0.80
Mariée polygame	-2.8521	-0.3276	0.2355	-1.39
De 1 à 3 enfants	16.0411	1.8424	0.2499	7.37
Pas d'enfant	13.3950	1.5385	0.5383	2.86
Plus de 3 enfants	-13.3748	-1.5361	0.1073	-14.31
Analphabète-primaire	-3.9039	-0.4484	0.1212	-3.70
Secondaire	14.3216	1.6449	0.5979	2.75
Supérieur	11.6133	1.3338	0.5683	2.35
CONSTANTE	-6.966320	0.000000		

D- Analyse discriminante barycentrique

Classification supervisée selon la signification



Classe 1 / 3 : Création Gros Informel ou Formel

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			FREQUENCES CARACTERISTIQUES		IDEN	POIDS
		CLA/FRE	FRE/CLA	GLOBAL	NUM .	LIBELLE		
				26.14		Classe 1 / 3	aa1a	160
6.24	0.0000	66.67	21.25	8.33	3 .	Plus de 50 ans	plus	51
5.28	0.0000	61.22	18.75	8.01	8 .	De 1 à 3 enfants	De 1	49
2.83	0.0023	45.65	13.13	7.52	6 .	Mariée monogame	Mari	46
2.35	0.0093	56.25	5.63	2.61	12 .	Secondaire	seco	16
-1.67	0.0476	13.51	3.13	6.05	4 .	Célibataire	Céli	37
-1.69	0.0452	9.09	1.25	3.59	2 .	Moins de 25 ans	moin	22
-5.05	0.0000	5.00	2.50	13.07	1 .	25 à 50 ans	25 à	80
-6.28	0.0000	0.00	0.00	11.27	10 .	Plus de 3 enfants	Plus	69

Classe 2 / 3 : Non Création

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			FREQUENCES CARACTERISTIQUES		IDEN	POIDS
		CLA/FRE	FRE/CLA	GLOBAL	NUM .	LIBELLE		
				30.07		Classe 2 / 3	aa2a	184
5.61	0.0000	69.57	17.39	7.52	13 .	Supérieur	supé	46
5.38	0.0000	86.36	10.33	3.59	2 .	Moins de 25 ans	moin	22
5.05	0.0000	70.27	14.13	6.05	4 .	Célibataire	Céli	37
3.26	0.0005	57.14	10.87	5.72	9 .	Pas d'enfant	Pas	35
-2.21	0.0136	15.22	3.80	7.52	6 .	Mariée monogame	Mari	46
-2.38	0.0086	17.39	6.52	11.27	10 .	Plus de 3 enfants	Plus	69
-2.63	0.0042	13.73	3.80	8.33	3 .	Plus de 50 ans	plus	51
-3.80	0.0001	7.84	2.17	8.33	7 .	Mariée polygame	Mari	51
-4.79	0.0000	9.89	4.89	14.87	11 .	Analphabète-primaire	anal	91

Classe 3 / 3 : Création Petit Informel

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			FREQUENCES CARACTERISTIQUES		IDEN	POIDS
		CLA/FRE	FRE/CLA	GLOBAL	NUM	LIBELLE		
				43.79		Classe 3 / 3	aa3a	268
6.90	0.0000	82.61	21.27	11.27	10	Plus de 3 enfants	Plus	69
5.19	0.0000	69.23	23.51	14.87	11	analphabète-primaire	anal	91
4.95	0.0000	70.00	20.90	13.07	1	25 à 50 ans	25 à	80
4.19	0.0000	72.55	13.81	8.33	7	Mariée polygame	Mari	51
-2.41	0.0079	12.50	0.75	2.61	12	secondaire	seco	16
-3.47	0.0003	16.22	2.24	6.05	4	Célibataire	Céli	37
-3.62	0.0001	19.61	3.73	8.33	3	plus de 50 ans	plus	51
-3.63	0.0001	14.29	1.87	5.72	9	Pas d'enfant	Pas	35
-3.92	0.0000	4.55	0.37	3.59	2	moins de 25 ans	moïn	22
-5.15	0.0000	10.20	1.87	8.01	8	De 1 à 3 enfants	De 1	49
-6.07	0.0000	4.35	0.75	7.52	13	supérieur	supé	46

E- Analyse discriminante sur la Culture Entrepreneuriale

Classe 1 / 4 : Culture 1 : culture entrepreneuriale favorable à la création

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			MODALITES		IDEN	POIDS
		CLA/MOD	MOD/CLA	GLOBAL	CARACTERISTIQUES	DES VARIABLES		
				39.87		Classe 1 / 4	aa1a	61
9.23	0.000	76.71	91.80	47.71	Non-LAPPENT	LAPPENT	m1	73
7.74	0.000	69.23	88.52	50.98	Non-MCULTENT	MCULTENT	m1	78
4.10	0.000	88.24	24.59	11.11	Entrepreneur-FACTMAR	FACTMARIB	m2	17
3.44	0.000	44.20	100.00	90.20	regard positif	NREGSOC	m2	138
2.50	0.006	61.29	31.15	20.26	Salariée-FACTMARIB	FACTMARIB	m4	31
-2.17	0.015	0.00	0.00	5.23	Entrepreneur-EACTPAR	EACTPARB	m2	8
-3.44	0.000	0.00	0.00	9.80	regard négatif	NREGSOC	m1	15
-7.74	0.000	9.33	11.48	49.02	Oui-MCULTENT	MCULTENT	m2	75
-8.14	0.000	1.72	1.64	37.91	Chômeur-FACTMARIB	FACTMARIB	m1	58
-9.23	0.000	6.25	8.20	52.29	Oui-LAPPENT	LAPPENT	m2	80

Classe 2 / 4 : Culture 2 : culture entrepreneuriale défavorable à la création

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			MODALITES		IDEN	POIDS
		CLA/MOD	MOD/CLA	GLOBAL	CARACTERISTIQUES	DES VARIABLES		
				5.88		Classe 2 / 4	aa2a	9
6.98	0.000	100.00	88.89	5.23	Entrepreneur-EACTPAR	EACTPARB	m2	8
2.10	0.018	20.00	44.44	13.07	Ouvrier-FACTMARIB	FACTMARIB	m3	20
-1.64	0.051	0.00	0.00	27.45	Ouvrier-EACTPARB	EACTPARB	m3	42
-3.29	0.000	0.00	0.00	55.56	Salarié-EACTPARB	EACTPARB	m4	85

Classe 3 / 4 : Culture 3 : culture entrepreneuriale très défavorable à la création

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			MODALITES	IDEN	POIDS
		CLA/MOD	MOD/CLA	GLOBAL	CARACTERISTIQUES	DES VARIABLES	
				9.80	Classe 3 / 4	aa3a	15
9.35	0.000	100.00	100.00	9.80	regard négatif	NREGSOC	m1 15
1.61	0.054	25.00	26.67	10.46	Chômeur-EACTPARB	EACTPARB	m1 16
-1.69	0.046	2.38	6.67	27.45	Ouvrier-EACTPARB	EACTPARB	m3 42
-9.35	0.000	0.00	0.00	90.20	regard positif	NREGSOC	m2 138

Classe 4 / 4 : Culture 4 : culture entrepreneuriale très favorable à la création

V.TEST	PROBA	POURCENTAGES			MODALITES	IDEN	POIDS
		CLA/MOD	MOD/CLA	GLOBAL	CARACTERISTIQUES	DES VARIABLES	
				44.44	Classe 4 / 4	aa4a	68
9.33	0.000	78.75	92.65	52.29	Oui-LAPPENT	LAPPENT	m2 80
8.56	0.000	78.67	86.76	49.02	Oui-MCULTENT	MCULTENT	m2 75
7.87	0.000	84.48	72.06	37.91	Chômeur-FACTMARIB	FACTMARIB	m1 58
3.77	0.000	49.28	100.00	90.20	regard positif	NREGSOC	m2 138
2.12	0.017	59.52	36.76	27.45	Ouvrier-EACTPARB	EACTPARB	m3 42
-2.42	0.008	0.00	0.00	5.23	Entrepreneur-EACTPAR	EACTPARB	m2 8
-2.59	0.005	22.58	10.29	20.26	Salariée-FACTMARIB	FACTMARIB	m4 31
-2.75	0.003	11.76	2.94	11.11	Entrepreneur-FACTMAR	FACTMARIB	m2 17
-3.77	0.000	0.00	0.00	9.80	regard négatif	NREGSOC	m1 15
-8.56	0.000	11.54	13.24	50.98	Non-MCULTENT	MCULTENT	m1 78
-9.33	0.000	6.85	7.35	47.71	Non-LAPPENT	LAPPENT	m1 73

F- Analyse des correspondances simples : lien entre la création et la culture entrepreneuriale

FREQUENCES ACTIVES

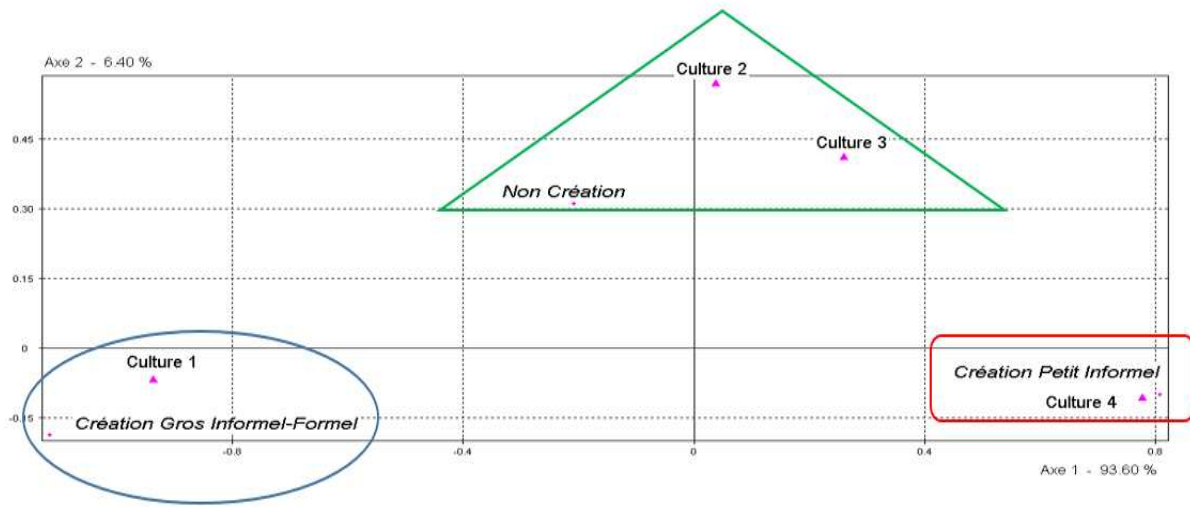
IDEN - LIBELLE COURT	P.REL	DISTO	COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
			1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
Cult - Culture 1	39.87	0.88	-0.94	-0.07	0.00	0.00	0.00	55.9	4.2	0.0	0.0	0.0	0.99	0.01	0.00	0.00	0.00
Cult - Culture 2	5.88	0.33	0.04	0.57	0.00	0.00	0.00	0.0	44.9	0.0	0.0	0.0	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00
Clul - Culture 3	9.80	0.24	0.26	0.41	0.00	0.00	0.00	1.1	39.1	0.0	0.0	0.0	0.29	0.71	0.00	0.00	0.00
Clul - Culture 4	44.44	0.62	0.78	-0.11	0.00	0.00	0.00	43.0	11.8	0.0	0.0	0.0	0.98	0.02	0.00	0.00	0.00

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES INDIVIDUS

AXES 1 A 2

IDENTIFICATEUR	P.REL	DISTO	COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
			1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
Création Gros Informel-F	26.14	1.28	-1.12	-0.19	0.00	0.00	0.00	52.1	21.8	0.0	0.0	0.0	0.97	0.03	0.00	0.00	0.00
Création Petit Informel	43.79	0.66	0.81	-0.10	0.00	0.00	0.00	45.8	10.4	0.0	0.0	0.0	0.98	0.02	0.00	0.00	0.00
Non Création	30.07	0.14	-0.21	0.31	0.00	0.00	0.00	2.1	67.9	0.0	0.0	0.0	0.31	0.69	0.00	0.00	0.00

Figure 4 : 3 fortes liaisons :



Références :

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

Aldrich, H. and Cliff, J. (2003), "The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp. 573–596.

Arenius, P. and Minniti, M. (2005), "Perceptual variables and nascent entrepreneurship", *Small business economics*, Vol.24, No.3, pp. 233-247.

Arenius, P. and Minniti, M. (2003), "Women in entrepreneurship", Paper presented at the Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, United Nations Headquarters, April 29, 2003.

Bel, G. (2009), "L'entrepreneuriat au féminin", *Avis et Rapports du Conseil Economique et Social*, République française, 22 septembre, 2003, disponible à : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/094000521.pdf>

Benjamin, N. and Mbaye, A. (2012), *Les entreprises informelles de l'Afrique de l'ouest francophone*, International Bank for Reconstruction and Development, The World Bank, pp. 1-299

Bird, B. (1988), "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention", *Academy of Management Review*, Vol.13, No.3, pp. 442-453.

Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R. and De Wit, G. (2004), "The value of human and social capital investments for the business performance of startups", *Small Business Economics*, Vol. 23, N° 3, p. 227-236.

Bosma N. and Harding R. (2007), *Global Entrepreneurship Monitor: 2006 Summary Results*, Global Entrepreneurship Research Consortium.

Bourbonnais, R. (2009). *Économétrie*, Dunod, Paris.

Chen Y. (2017), *Problem Solving Using the Discriminant*, Broché, 148 pages.

Colot O., Comblé, K. et Ladhari J. (2007), "Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat", working paper, Centre de recherche Warocque, 26 Décembre.

Davidsson, P. and Honig B. (2003), "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, No. 3, pp. 301-331.

DeCarlo, J. F. and Lyons, P. R. (1979), "A Comparison of Selected Personal Characteristics of Minority and Non-Minority Female Entrepreneurs". *Academy of Management*, Vol. 1979, No. 1, pp. 369-373.

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

Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N. (2006), “Mesure de l’effet à court terme et à long terme d’un programme d’enseignement de l’entrepreneuriat sur l’intention entrepreneuriale des participants : importance des conditions initiales”, Présenté à l’Actes du 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 26, 27, 28 octobre, Fribourg, Suisse, disponible à : http://airepme.org/images/File/2006/028_Mesuredeleffet.pdf.

Ferrier, O. (2002), *Les très petites entreprises*, Éditions De Boeck Université, Bruxelles.

Filion, L., Borges, C. and Simard, G. (2006), “Etude du processus de création d’entreprises structuré en quatre étapes”, Présenté au 8ème Congrès International du CIFEPME, octobre 2006, Fribourg, Suisse, www.hec.ca/chaire.entrepreneuriat.

Gabarret I., Vedel B., 2015, “Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale”, *La Revue de Sciences de Gestion*, vol. 1, n° 271, pp.13-20.

Guérin I., (2002), “Les pratiques financières des femmes entrepreneurs. Exemples sénégalais” *Revue Tiers-Monde*, Vol. 43, No.172, pp. 809- 828.

Guérin I., (2002), “Microfinance et autonomie féminine”, Documents de travail N°32, Organisation internationale du Travail, Genève.

Hayton, J.C., Georges, G. and Zahra, S.A. (2002), “National culture and entrepreneurship: a review of behavioural research”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26, No. 4, pp.33-52.

Institut El Amouri, (1990), “Le secteur informel quelle place pour les femmes ? : cas de la Tunisie”, available at <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000866/086603fo.pdf>

Kane, N. O. D. (2009), “Problématique de l’entrepreneuriat féminin en Mauritanie : essai de validation d’un modèle”, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Reims.

Kraus, M. W. and Keltner, D. (2009), "Signs of socioeconomic status: Athin-slicing approach", *Psychological Science*, Vol. 20, pp. 99-106.

Moreau, R., & Raveleau, G. (2006), “Les trajectoires de l’intention entrepreneuriale”, *Revue internationale PME*, Vol.19, No.2, 101-131.

Nelson, T. and Vosmek, S. (2014), “Investing in Women High Growth Entrepreneurs, Their Teams and Their Ventures”, *Astia White Paper*, available 11-14-14 at http://astia.org/wp-content/uploads/2014/10/Astia_White_Paper.pdf

Onana, F. X. (2006), *Motivations et modes de gestion des femmes entrepreneurs au Cameroun : une étude exploratoire*, Thèse de doctorat en sciences de gestion soutenue à l’Université Montesquieu – Bordeaux IV.

PNUD – Sénégal. (2004), « La pauvreté au Sénégal : de la dévaluation de 1994 à 2001-2002 », Direction de la Prévision et de la Statistique (DPS).

Rachidi F. (2006), "L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire" présenté au 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFEPME.

République du Sénégal, (2012), "Rapport préliminaire de l'Enquête Démographique et de Santé à Indicateurs Multiples (EDS-MICS)", available at : <http://www.dhsprogram.com/pubs/pdf/FR258/FR258.pdf>

République Sénégal, (2010), "Rapport Annuel d'Activité" available at : http://www.ansd.sn/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=63&Itemid=277

République du Sénégal, (2006), "Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté II (DRSPII) " available at : http://www.gouv.sn/IMG/pdf/DSRP_II.pdf

République Sénégal, (2005-2006), « Rapport d'enquête de Suivi de la Pauvreté au Sénégal (ESPS) » available at : http://www.ansd.sn/ressources/rapports/Rapport_ESPS.pdf

République du Sénégal, (2005), "Rapport définitif de l'Enquête Sénégalais auprès des Ménages (ESAM II) ", available at : www.ands.sn

République du Sénégal, (2003), "le secteur informel dans l'agglomération de Dakar", available at : http://www.ansd.sn/ressources/rapports/Enquete123_phase2.pdf

Riding, A. and Swift, C. (1990), "Women business owners and terms of credit: some empirical findings of the Canadian experience", *Journal of Business Venturing*, Vol. 5, No. 5, pp. 327-340.

Robb, A. M. and Fairlie, R.W. (2009), "Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey", *Small Business Economics*, Vol. 33, No. 4, pp. 375-395.

Robb, A. and Wolken, J. (2002), "Firm, owner, and financing characteristics: differences between female and male-owned small businesses", Unpublished manuscript.

Sarr, F. (1998), *L'entrepreneuriat féminin au Sénégal : la transformation des rapports de pouvoirs*, L'Harmattan, Paris.

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

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

Smith-Hunter, A. E, (2013), *Women Entrepreneurs In The Global Market place*, EDWARD ELGAR Publishing.

Schreier, J., (1973), *The Female Entrepreneur: A Pilot Study*, Center for Venture Management, Milwaukee, WI.

Stivell, M. M. P. J. and Zhan P. J. (2014), "The Impact of Microfinance on Female Entrepreneurial Intention: Congo Brazzaville's case", *International Journal of Science and Research*, Vol.3, No. 10, pp.1167-1175.

Taouab, O. (2014), "Essai empirique sur les déterminants de l'acte entrepreneurial dans le secteur textile marocain", *European Scientific Journal*, Vol. 10, pp. 414-424.

Tchoussi G., (2002), "Entreprendre au féminin au Cameroun : possibilités et limites", présenté au 2ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat sur le thème : Champs de l'entrepreneuriat et dynamique des sociétés, 17-18 avril, Bordeaux, pp.509-521.

Thomas A., (2000), *Econométrie des variables qualitative*, Dunod, Eco Sup, France.

Toulouse, J.M., Brenner, G.A., Fouda, H., (1990), "Les tontines et la création d'entreprise au Cameroun", Éditions John Libbey Eurotext, pp. 97-104.

Tounès, A. (2006), "l'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français", *Revue des Sciences de gestion*, Vol. 3, No. 219, pp. 57-65.

Tounès A. (2003), " Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale", présenté à la VII èmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'A.U.F, pp.111-123.

Verheul I., Thurik R., Hessels J., Van Der Zwan P. (2010), "Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs", *SCALES: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs*, Zoetermeer, mars.