

Lena SALEH

Université Libanaise, ISAE-CNAM et CEREFIGE

La diversité de l'entrepreneuriat féminin au monde et la situation des entrepreneuses au Liban

Résumé

La culture libanaise encourage les initiatives et la prise de risque. La multiplicité d'entreprises qui émergent sans cesse et ce malgré les guerres, les conflits politiques et l'instabilité que connaît le pays de façon récurrente confirme notre constat. Ceci implique que cette culture est bien entrepreneuriale vu que les prises de risques sont nécessaires dans ce domaine. Les libanais sont des invincibles à ce niveau, leur acceptation du risque est une qualité dont est dotée la majorité d'entre eux, eux qui sont contraints à vivre avec le risque, ils n'éprouvent donc pas de peur face à l'instabilité, à l'échec car autrement ils n'auraient ni évolué, ni innové ni investi. Par conséquent, le nombre d'entrepreneurs au Liban est important, le rôle du modèle renforce la perception sociale du statut entrepreneur et suscite l'intérêt des jeunes femmes à entreprendre. De la sorte, il est fort probable qu'elles puissent retrouver dans leur famille un créateur d'entreprise capable de les aider, de les encourager et aussi leur représenter un modèle à suivre. Bien que le modèle libanais joue un rôle favorable à l'entrepreneuriat féminin, des obstacles résident quant au développement du rôle de la femme libanaise. Le but étant de saisir le poids de chaque culture nationale sur l'entrepreneuriat féminin, nous nous posons, dans cette communication, la question de la diversité de l'entrepreneuriat féminin.

Mots clés : entrepreneuriat féminin, intention entrepreneuriale, étudiantes.

La diversité de l'entrepreneuriat féminin au monde et la situation des entrepreneuses au Liban

Léna SALEH
Professeur à l'ISAE-CNAM-Liban
Membre du Laboratoire CEREFIGE
Saleh-lena@hotmail.com

Résumé

La culture libanaise encourage les initiatives et la prise de risque. La multiplicité d'entreprises qui émergent sans cesse et ce malgré les guerres, les conflits politiques et l'instabilité que connaît le pays de façon récurrente confirme notre constat. Ceci implique que cette culture est bien entrepreneuriale vu que les prises de risques sont nécessaires dans ce domaine. Les libanais sont des invincibles à ce niveau, leur acceptation du risque est une qualité dont est dotée la majorité d'entre eux, eux qui sont contraints à vivre avec le risque, ils n'éprouvent donc pas de peur face à l'instabilité, à l'échec car autrement ils n'auraient ni évolué, ni innové ni investi. Par conséquent, le nombre d'entrepreneurs au Liban est important, le rôle du modèle renforce la perception sociale du statut entrepreneur et suscite l'intérêt des jeunes femmes à entreprendre. De la sorte, il est fort probable qu'elles puissent retrouver dans leur famille un créateur d'entreprise capable de les aider, de les encourager et aussi leur représenter un modèle à suivre. Bien que le modèle libanais joue un rôle favorable à l'entrepreneuriat féminin, des obstacles résident quant au développement du rôle de la femme libanaise. Le but étant de saisir le poids de chaque culture nationale sur l'entrepreneuriat féminin, nous nous posons, dans cette communication, la question de la diversité de l'entrepreneuriat féminin.

Mots clés: entrepreneuriat féminin, intention entrepreneuriale, étudiantes.

Introduction

Le rôle de la femme libanaise dans l'économie nationale a nettement augmenté ces dernières années. Les acteurs politiques et économiques ont compris l'importance des femmes entrepreneuses dans le développement économique. En effet, les jeunes sont de plus en plus bien formées, ont des diplômes de valeur et accumulent des expériences professionnelles non négligeables. Malgré ces qualités, elles n'arrivent pas à briser les barrières invisibles qui entravent leur promotion et leur possibilité d'accéder à des postes hauts hiérarchiquement à cause de la mentalité encore fortement masculine, du doute sur la réussite des femmes orientales au travail et à cause d'un manque de réglementations pouvant mettre fin à l'inégalité dans les opportunités selon le genre. Ces attitudes peuvent être qualifiées de discriminatoires et ne sont pas rares au Liban car les femmes accèdent très rarement à des postes-clés, celles qui y arrivent se trouvent généralement dans des entreprises familiales et s'avèrent être des membres de la famille. En fait, la culture peut agir de manière contingente pour favoriser ou inhiber l'événement entrepreneurial. Berger (1993, p 9)¹ note à ce titre que «c'est le lien inextricable» (qui existe) «entre une activité entrepreneuriale et culture qui nous oblige à les associer sur le plan théorique». De plus, la société identifie des représentations pour donner des rôles prédéterminés aux hommes et aux femmes à travers des valeurs traditionnelles déterminant la position de l'homme et de la femme. Dans leurs analyses, Giacomini et al. (2010) montrent qu'il existe selon le pays, des différences en termes d'intention. Selon la revue de littérature sur l'entrepreneuriat, un bon nombre d'auteurs s'accordent sur l'importance de la culture qui sous-tend l'activité entrepreneuriale (George et Zahra, 2002). Ces résultats nous incitent à présenter l'entrepreneuriat féminin à travers le monde (1), puis analyser les pratiques entrepreneuriales des femmes libanaises (2).

1. L'entrepreneuriat féminin à travers le monde

Le but étant de saisir le poids de chaque culture nationale sur l'entrepreneuriat féminin, nous nous posons, dans cette communication, la question de la diversité de l'entrepreneuriat féminin à travers la spécificité de l'entrepreneuriat féminin selon chaque pays. En fait, les recherches effectuées sur l'entrepreneuriat féminin proviennent des Etats-Unis et du Canada, (Stevenson, 1990; Lerner, Brush et Hisrich, 1997) et dans une période plus récente, de la France (Ducheneaut et Orhan, 2000). Nous commençons par les pays occidentaux (la France, la Belgique, le Canada) pour présenter à la fin l'aspect musulman de l'entrepreneuriat féminin.

La France figure parmi les pays au monde dans lesquels la création d'entreprise est le moins souvent envisagée comme choix professionnel. C'est notamment confirmé par des enquêtes comme le GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2005), réalisée au sein de 35 pays : devenir créateur d'entreprise reste en France un parcours atypique (Boissin et al., 2009). Les femmes représentent 30% des créateurs et 27% des dirigeants de TPE /PME, ce qui place la France dans la moyenne des pays occidentaux (Paillot et al., 2010). Lebegue et Paturel (2008) ont réalisé une recherche exploratoire en interrogeant les transformations de l'image de soi des femmes en projet de création et les conséquences sur la temporalité du projet, mais

¹ Cité par Tounes (2003).

également sur sa réussite. L'objet de cette recherche est donc de présenter le conflit de temporalité provoqué par les transformations de l'image de soi observée par les femmes alors qu'elles mûrissent leur projet entrepreneurial. l'étude montre que le projet entrepreneurial ne s'effectue pas sans quelques résistances appelé "tensions internes" et qu'il modifie considérablement l'image de soi de ces porteuses de projet .Celles-ci interfèrent non seulement sur le temps du projet, mais également sur le succès du démarrage.

En fait, trois tensions internes ont été identifiées: la gouvernance de soi, la reconnaissance de ses potentialités et l'acceptation du statut de chef d'entreprise.

Une étude de l'Institut national de statistique (2000) a exposé que le nombre de femmes Belges sur le marché de l'emploi a doublé alors que celui des hommes a diminué de près de 4%. Toutefois, la même étude a également constaté que la création d'entreprises à l'initiative des femmes en Belgique ne suit pas une évolution aussi favorable. En fait, le taux d'activité entrepreneuriale des femmes en Belgique est un des plus faibles des pays de l'Union européenne et de l'OCDE (Global entrepreneurship monitor, 2003). Un rapport (Lambrecht et Pirnay, 2003) a été dressé afin de mesurer le degré d'implication des femmes belges dans l'activité entrepreneuriale et de dresser les ressemblances et les différences entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin. Il ressort de la recherche que le financement ne consiste pas en un obstacle. Le rapport montre qu'«aussi bien les entrepreneurs féminins que les entrepreneurs masculins utilisent avant tout leurs moyens personnels lors du démarrage (54 % des femmes et 59 % des hommes). Un prêt bancaire lors du démarrage est demandé par 45 % des femmes et des hommes. Trois quarts des entrepreneurs féminins et des entrepreneurs masculins pensent que les femmes n'éprouvent pas plus de problèmes concernant l'accès au financement. Parmi les 200 femmes interrogées, moins de 5% estiment que la conciliation de leur vie professionnelle avec leur vie familiale leur était apparue comme un problème, tant au démarrage de l'entreprise qu'aujourd'hui ». Ces deux constats sont très importants car ils écartent certains préjugés comme par exemple que le fait d'avoir un enfant retarde l'entrée de la femme dans l'entrepreneuriat et donc la concrétisation de son projet entrepreneurial, alors que l'étude montre clairement le contraire.

Actuellement, les femmes entrepreneuses constituent environ un tiers de l'ensemble des entrepreneurs au Canada. Au cours des 15 dernières années, le nombre de travailleuses autonomes a augmenté de 50 %. De plus, le nombre d'entreprises canadiennes dirigées par des femmes affiche un taux de croissance annuel moyen de 3,3 % depuis 1989, ce qui représente une croissance de 60 % plus importante que celle des hommes (CIBC World Markets, 2005). Les entrepreneuses canadiennes sont plus résolument proactives. Les femmes interrogées se reconnaissent dans les traits de l'attitude entreprenante. Or la très grande majorité des femmes questionnées se reconnaît dans la proactivité et le goût pour le changement. La recherche précitée observe cependant une affirmation beaucoup plus importante au Canada qu'en France. 87% des canadiennes répondent « absolument oui » à l'item « j'aime les défis , les nouvelles opportunités me poussent à agir » contre seulement 57 % des françaises, et la même différence apparaît à l'item « j'essaie de faire des choses nouvelles et différentes de celles que j'ai déjà réalisées dans le passé » auquel les canadiennes répondent « absolument oui » dans 73% des cas, contre 57% en France . En accord avec le Programme d'action 1997-2000 qui interpelle le MICST, un groupe de travail réalise une étude sur l'entrepreneuriat féminin couvrant plusieurs aspects de la problématique des femmes entrepreneuses au Québec, notamment l'accès au financement, aux réseaux

d'influence et à l'information. Une étude constate en effet que les entreprises dirigées par des femmes québécoises font moins appel aux institutions financières pour le financement de leurs activités que celles dirigées par des hommes. Dans le but de faire apparaître le rôle essentiel de la culture et révéler les différences entre l'entrepreneuriat corporatiste et libéral, Mione (2005) propose d'exposer les résultats d'une étude comparative des femmes entrepreneuses canadiennes et françaises. Les femmes entrepreneuses interrogées adoptent des positions très comparables et sont proches dans leurs attitudes, mais les canadiennes sont plus tranchées dans leurs affirmations, plus proactives, plus agressives au niveau concurrentiel et dans leur objectif de développement et les performances en terme de chiffre d'affaires et de résultats semblent plus spectaculaires. En ce qui concerne les représentations que les femmes entrepreneuses ont d'elles-mêmes, Vier Machado et Rouleau (2002)² remarquent que les canadiennes identifiées sont très positives vis-à-vis leurs activités et, pour elles, être entrepreneure, c'est socialement satisfaisant

L'entrepreneuriat féminin africain est confronté, dans l'exercice des activités de l'entreprise, à un certain nombre de problèmes généraux et spécifiques. Ces problèmes empêchent les femmes entrepreneuses de se positionner comme entrepreneur. Parmi les principaux obstacles que Tchamanbe (1999) et Tchouassi (2002) ont mentionnés figurent : l'environnement socioculturel défavorable, qui n'encourage pas les femmes à se profiler comme chef d'entreprise, et le handicap qualitatif du fait d'un bagage économique, financier et intellectuel insuffisant. Un rapport sur l'entrepreneuriat féminin en Afrique subsaharien (Caubergs, 1997) souligne que les femmes ont moins de ressources économiques notamment, financières et humaines. Par ailleurs, les femmes ne disposent pas dans la plupart des cas, d'éducation scolaire de base, d'expériences professionnelles et de connaissances importantes pour gérer leurs entreprises ou leurs activités. Des études sur les comportements entrepreneuriaux des femmes (Tchouassi, 2002) et sur leur place dans le système socio-productif (Tchamanbé, 1999), spécifiquement dans le cas du Cameroun, montrent que le manque de formation, comme handicap au développement de l'entrepreneuriat féminin, est aussi le lot des femmes camerounaises. Partant des données issues d'une enquête effectuée auprès de 117 femmes entrepreneuses, Onana (2006) tente de caractériser les motivations des femmes entrepreneuses camerounaises. L'analyse montre que l'altruisme communautaire est la principale motivation des femmes entrepreneuses de l'échantillon. Autrement dit, l'auteur souligne que pour les femmes entrepreneuses du Cameroun, « la création d'entreprise est d'abord une réponse avantageuse à leur désir de contribuer au bien être de la communauté, la famille notamment. En effet, outre le besoin de contribuer au bien être de la famille, les femmes entrepreneuses de l'échantillon pensent qu'à travers la création d'entreprise, elles ont la possibilité d'accéder à l'autonomie ou l'indépendance ».

Au Maroc, une étude a été menée auprès d'un échantillon de 579 femmes chefs d'entreprises par l'AFEM (Association des Femmes chefs d'Entreprise au Maroc), avec l'assistance financière de la commission européenne et l'appui de la CGEM (la Confédération Générale des Entreprises du Maroc). Cette enquête analyse l'image de l'entrepreneuriat féminin au Maroc, afin de dégager les obstacles rencontrés pendant les étapes de la création et de la gestion. bien que les marocaines sont de plus en plus actives dans la vie économique du pays, nous remarquons le taux faible des femmes entrepreneuses au Maroc (seulement 10% des

² Cité par Mione (2005).

créateurs d'entreprise sont des femmes). A cet effet, cette proportion ne reflète pas la réalité à cause de l'activité entrepreneuriale informelle des femmes marocaines. L'enquête sur le Maroc fait une conclusion que les femmes chefs d'entreprise manquent de compétences techniques et de connaissances en matière de gestion, qui freinent le succès des femmes dans la conduite de leurs affaires. Les contraintes culturelles forment aussi un défi supplémentaire d'où la faiblesse de leur productivité et de leur compétitivité

Dans le contexte mauritanien, Nene kane (2009) a étudié et a identifié les déterminants du choix de l'événement entrepreneurial des femmes. L'étude du choix des facteurs influant sur l'événement entrepreneurial renvoie inévitablement à la question de l'environnement auquel les femmes sont intimement liées. Ainsi l'implication des femmes dans la vie sociale et économique en Mauritanie n'est plus à démontrer. Néanmoins, le secteur privé féminin reste peu développé. Il est pénalisé par de multiples contraintes et souffre encore de nombreux handicaps. La liste est longue et ne saurait être exhaustive, elle comprend notamment : - le taux élevé d'analphabétismes ; - la forte dépendance aux transferts provenant de la famille ; - le difficile accès au crédit; - le regard négatif envers les pratiques entrepreneuriales des femmes ; - les idées stéréotypées sur le rôle et la place de la femme dans la société. C'est dans cet environnement relativement hostile que les femmes entrepreneuses, animées par une volonté de survie s'insèrent parfois avec difficultés dans le tissu économique tant bien que mal. Dans ces conditions, la création d'entreprise répond beaucoup plus à une nécessité économique qu'à un besoin d'accomplissement ou de réalisation. La nécessité économique reste la motivation la plus importante parmi les femmes mauritaniennes, pour se lancer en affaires. Les besoins d'améliorer leur existence, de lutter contre la pauvreté grandissante, de subvenir aux charges familiales constituent les principales raisons de création d'entreprise chez les femmes de la Mauritanie.

L'entrepreneuriat des femmes en Turquie est soutenu par les institutions publiques (KOSGEB, etc.) et les associations de la société civile (KAGIDER, etc.). L'enquête réalisée, sur la demande de KAGIDER, par une entreprise d'étude de marché, auprès de 13,83 millions de citadines qui ont plus de 15 ans, montre que 13% d'entre elles ont déjà pensé créer leur entreprise (1,83 millions). 64% de ces 13% (1,1 million) ont pu effectivement créer leur entreprise. La première raison de la création est le désir de devenir une femme d'affaires à succès. La même étude montre que 47% des femmes entrepreneuses emploient seulement une personne. 40% ont entre deux et cinq employés et 13% emploient plus de cinq personnes (Çakir, 2008)³. Les études comparatives sur les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneuses montrent qu'elles ont plus de ressemblances que de différences par rapport à leurs homologues masculins (Brush, 1992, p11). Nous présentons dans le tableau ci-dessous la comparaison entre les femmes et les hommes entrepreneurs en Turquie quant à leurs caractéristiques, à leurs formations, à leurs motivations et aux barrières rencontrées.

³ Cité par Tokatlioglu (2010).

Tableau 1. La comparaison entre les femmes et les hommes entrepreneurs en Turquie (Tokatlioglu, 2010)

Caractéristiques psychologiques	Caractéristiques démographiques	La formation et expériences professionnelles	Motivation
-plus prudente par rapport au risque (Ertübey, 1993) - énergique (Hisrich et Özturk, 1999) - domestique (Kutaniş et Bayraktaroğlu, 2003)	Les caractéristiques démographiques des femmes entrepreneuses -première ou deuxième née de la famille - le père est dans les affaires - entre 26 et 44 ans (démarre son affaire plus tôt que les femmes entrepreneurs en général) - diplômée de l'université ou du lycée - mariée, avec un ou deux enfants (Ertübey, 1993 ; Hisrich et Özturk, 1999)	-son niveau d'éducation est plus élevé que celui de HET (Ertübey, 1993) - son expérience professionnelle ne dépasse pas le seuil de cinq ans et elle n'est pas liée à son domaine d'activité actuel (Özar, 2003 ; Kutaniş et Bayraktaroğlu, 2003) - forte en gestion des ressources humaines, en marketing et en innovation - faible en management financier (Hisrich et Özturk, 1999)	Pull : -désir d'indépendance - désir de réussite - désir du statut, de la richesse et de la force - intérêt porté au domaine d'activité - satisfaction personnelle (Hisrich et Özturk, 1999) Push : -nécessité économique - frustration du travail salarié - besoin de sécurité - continuer l'affaire familiale (Hisrich et Özturk, 1999)

Pour comprendre comment les femmes diplômées iraniennes créent leur société, Paturel et Arasti (2006) ont élaboré et testé un modèle auprès de 105 femmes iraniennes. Les résultats montrent que parmi les quatre groupes de facteurs environnementaux dégagés (facteurs socioculturels, économiques, codes et politiques du gouvernement et réseaux entrepreneuriaux), seuls les réseaux entrepreneuriaux favorisent l'entrepreneuriat féminin dans le contexte iranien. Les autres facteurs soit jouent un rôle inhibiteur, soit sont sans effet dans la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes. L'étude souligne que les femmes diplômées iraniennes sont motivées pour créer une entreprise, cependant l'environnement iranien n'encourage pas l'entrepreneuriat des femmes et se dresse comme un obstacle. L'auteur soutient la thèse suivante: Dans le contexte particulier iranien, les facteurs personnels de la femme iranienne contribuent davantage à la création d'entreprise que les facteurs relatifs à l'entreprise en création et à l'environnement. En fait, les entrepreneuses diplômées de l'Iran, malgré tous les obstacles socioculturels, économiques et politiques du pays, ont réussi à créer leurs entreprise indépendante, parce qu'elles possèdent une motivation assez intense pour pouvoir franchir cette étape.

Nous remarquons que dans tous les pays, les hommes se montrent plus attirés par la création d'activité que les femmes et se sentent également plus capables que les femmes d'entreprendre. Malgré la spécificité de l'entrepreneuriat féminin de chaque pays, nous distinguons des traits d'ensemble de l'entrepreneuriat féminin presque dans tous les pays. Jusqu'à présent, aucune recherche, à notre connaissance, s'est intéressée à la compréhension de l'entrepreneuriat féminin au Liban. Ce faisant, une analyse de l'intention entrepreneuriale de la femme libanaise, phase en amont du processus entrepreneurial, devient primordial.

2. L'entrepreneuriat féminin au Liban

D'après Hofstede⁴ et grâce à des études qu'il a effectuées sur des pays du monde arabe dont le Liban en fait partie, la « masculinité » atteint un niveau assez élevé. Ceci montre que dans ces sociétés, les hommes tiennent le pouvoir, c'est eux qui prennent les décisions importantes et donc la distinction au niveau des sexes est constatée dans la vie courante. Cette différenciation affecte l'entrepreneuriat des femmes, elles n'ont pas l'habitude d'être autonomes, de prendre des décisions cruciales et des responsabilités, de travailler dur et d'être les chefs. Egalement, et selon T. Mazraani, conseillère à Bérytech, la question culturelle qui entrave l'entrepreneuriat féminin implique le regard des autres qui estiment que « les femmes ambitieuses sont des mères dénaturées »⁵. A cet effet, nous analyserons l'entrepreneuse libanaise pour comprendre son intention, son profil, les secteurs économiques exploitées, les défis économiques rencontrés, le profil de l'entreprise créée et les barrières à l'entrepreneuriat féminin au Liban.

2.1 L'intention entrepreneuriale des étudiantes Libanaises

En se référant aux activités de l'organisation Bérytech, nous trouvons que sur 70 entreprises soutenues jusqu'à nos jours, uniquement 10 appartiennent à des femmes. Cette part montre le nombre réduit des libanaises engagées dans ce domaine. L'étude qualitative réalisée par Saleh (2011) confirme que "l'entrepreneuriat féminin au Liban se révèle être plus ou moins semblable à celle traitée théoriquement. Différente de la femme vivant dans un contexte arabe, la femme libanaise reste imprégnée par la discrimination sexuelle, par le manque de soutien et par les préjugés portant sur leur réussite dans les affaires"(Saleh, 2011).

Selon une étude réalisée par Sawma et Levy-Tadjine (2010) auprès de 140 étudiants de trois universités au Liban (l'Université St-Esprit de Kaslik, l'Université St-Joseph et l'Académie Libanaise des Beaux Arts), 51 jeunes femmes ont répondu de manière affirmative à la question posée « Etes-vous intéressé(e)s par la création de votre propre entreprise ? » et ceci parmi les 97 étudiants (genres confondus) qui ont eu cette même réponse. Ce résultat confirme les résultats de l'étude quantitative réalisée par Saleh (2011) sur 300 étudiantes de filière "Management" (60% des étudiantes ont une intention entrepreneuriale). Ainsi, les jeunes femmes se révèlent être intéressées par la création de leur affaire surtout que celles qui ont été interrogées sont des étudiantes universitaires. Ces résultats prouvent que ces dernières se sentent égales aux hommes en ce qui concerne leurs droits et leur capacité à pouvoir créer

⁴ D'après Hofstede (1994), la « masculinité » dans le monde arabe atteint un niveau de 52 ce qui est supérieur à la moyenne de 50.

⁵ Nous reprenons dans cette partie les résultats de l'enquête qualitative exploratoire conduite par Sawma et Levy-Tadjine (2010) sous la forme d'entretiens auprès de deux accompagnatrices de femmes entrepreneuses au Liban. Il s'agissait d'une des intervenantes du seul incubateur libanais, le *Berytech*, et de la présidente de la *Lebanese League for Women in Business* (LLWB).

et gérer une entité qui leur appartient. Cependant, le contexte socioculturel s'est montré comme un facteur freinant la désirabilité d'entreprendre des femmes qui le considèrent comme difficile à entamer à cause de contraintes culturelles, sociales et financières. Mais d'une autre part, ce choix de devenir entrepreneuse s'est révélé être favorisé et apprécié par les jeunes libanaises en quête permanente de l'autonomie, de l'indépendance et éprouvant le besoin de prouver leurs compétences séparément des attributions et des préjugés que leur réservent les traditions et les coutumes. Suite aux constatations de la recherche, les femmes au Liban peuvent être considérées comme capables et prêtes à créer et gérer des entreprises vu qu'un bon nombre d'entre elles laissent apparaître une réelle intention entrepreneuriale. Ces dernières sont motivées par l'indépendance financière et comportementale, par l'accès à un statut social digne de leurs capacités et par la fuite du plafond de verre bien établi dans les institutions libanaises. Cependant, et malgré l'existence de ces variables motivantes précitées, d'autres facteurs, à effet néfaste à ce niveau, empêchent l'entrée des femmes dans le monde entrepreneurial. Ces derniers s'illustrent par la discrimination, le manque de soutien, la difficulté d'accéder à des ressources financières et par la mentalité conservatrice excluant la femme de certains secteurs, lui désignant un rôle sacré auprès de sa famille et lui réservant des tâches incontournables et strictement « féminines ». Les résultats rapportent l'importance de discriminations perçues et des préjugés socioculturels qui freinent l'entrepreneuriat féminin au Liban.

2.2 Les secteurs économiques et opinions exprimés par les entrepreneuses libanaises

Par rapport à la présence des femmes d'affaires libanaises dans les différents secteurs économiques, l'étude de IFC et CAWTAR (2008) a révélé que « 35,1% de cette population travaillent dans le secteur commercial (commerce de gros et de détail) et 31,7 dans les secteurs de l'industrie agroalimentaire, des textiles et des produits de l'artisanat. D'un autre côté, les avis et opinions exprimés par ces femmes d'affaires étaient majoritairement optimistes, 58,2% des interviewées sont confiantes en l'avenir économique du Liban (21,3% seulement d'avis contraires) et par rapport à leurs propres projets 67,3% d'entre elles estiment qu'elles pourront les développer davantage durant les deux prochaines années. Toutefois, l'étude précise que 60% de ces femmes sont freinées par les coûts exorbitants des services publics comme l'électricité, l'eau ... 43,5% des femmes entrepreneuses trouvent la main d'œuvre très chère et 37,5% se plaignent de la corruption politique et de la pratique des « pots de vin » largement répandue dans les administrations publiques.

En ce qui concerne leurs projets pour l'année prochaine, 40% des interviewées, qui réalisent un chiffre d'affaires entre 5000 et 25000 dollars, ont affirmé qu'elles n'avaient pas de stratégies de développement et aucune intention de développer leurs projets (recherche de financement...), et ce, alors que 53,3%, de celles qui réalisent un chiffre d'affaires de plus de 50000 dollars, ont déclaré qu'elles sont motivées pour développer leurs projets et conquérir de nouveaux marchés. A ce niveau, nous constatons clairement que l'instabilité politique, la stagnation économique en plus de la corruption ont des conséquences directes sur le comportement et les activités des femmes qui réalisent un chiffre d'affaires entre 5000 et 25000 dollars par an ».

2.3 Les défis économiques des entrepreneuses libanaises

En premier lieu, les libanaises perçoivent la possibilité de créer leur propre entreprise une façon de devenir indépendantes. En fait, les résultats recueillis reflètent que 58,2% des femmes d'affaires libanaises concernées par l'étude de IFC et CAWTAR (2008) ont créé leurs entreprises à elles seules. « Les autres ont été soutenues par leurs familles ou ont acheté des

entreprises en activité. Par ailleurs, les avis étaient mitigés concernant l'influence de leur statut de femme sur les projets qu'elles ont développés. 39% affirment qu'elles n'ont rencontré aucun problème et 32% tout le contraire. Toutefois, 38,8% d'entre elles sont d'accord pour dire qu'elles ont des problèmes à concilier vie de famille et vie professionnelle ». Mais le fait que 56% des entrepreneuses libanaises sont mariées et sont généralement mère de deux enfants, d'après l'enquête faite, nous pouvons constater que la conciliation entre le statut d'entrepreneuse et celui d'épouse et de mère n'est plus une contrainte réelle pour ces libanaises que nous pouvons qualifier de « super women », surtout celles qui vivent dans des milieux urbains et qui se sont libérées des perceptions ancestrales concernant le rôle des femmes et qui savent désormais s'organiser pour être intégrées en société et dans la vie active tout en suivant leur désir d'entreprendre au même titre que les hommes. A noter que les hommes ont tendance à rentrer dans le monde du travail à partir de 18 ans alors que les femmes un peu plus tard vers l'âge de 21 ans⁶.

En ce qui concerne l'expansion, les entrepreneuses au Liban se contentent généralement de leur affaire et préfèrent se limiter à des activités qu'elles maîtrisent et dont elles ne ressentent plus le risque, elles sont donc de type PIC⁷ comme la plupart des femmes entrepreneuses dans le monde qui privilégient la pérennité des affaires et leur indépendance à la croissance et au développement. Mais si nous retournons encore une fois à l'étude de l'IFC et du CAWTAR, nous constatons qu'une proportion des femmes chefs d'entreprises concernées par l'enquête envisage une expansion. Ceci est très significatif sachant que cette enquête a été menée en juillet 2006, période marquée par la guerre au Liban. Par conséquent, malgré les dangers et les risques, une part non négligeable des entrepreneuses dévoilent de l'optimisme et paraissent presque indifférentes à la situation parfois chaotique au Liban, elles veulent prospérer et faire croître leurs affaires en dépit de tous les conflits et de toutes les crises.

Quant au financement, l'étude de IFC et CAWTAR (2008) révèle que « 17% seulement des femmes d'affaires libanaises ont des comptes bancaires, que 54% d'entre elles réinvestissent les bénéfices réalisés dans le développement de leurs projets, 28,4% ont recours à l'épargne et à l'apport de leurs familles et que seules 10% s'adressent à des banques commerciales ou d'investissement pour bénéficier de crédits. Par ailleurs, 16% estiment que les taux d'intérêts bancaires les rebutent, 22,8% qu'elles ne trouvent aucun problème à trouver un financement extérieur et 35,8% n'ont jamais sollicité les banques pour financer leurs projets ».

Selon EIU⁸ (2010), le Liban a obtenu un score général de 38,9 et a été classé 50e mondial et 12e parmi les pays du continent asiatique. Notons que le Japon a raflé le premier rang dans cette dernière catégorie. Le Liban est arrivé, quant à lui, en tête du classement en ce qui concerne l'accès des femmes aux programmes de financement.

⁶ D'après l'enquête faite par C.Kasparian présentée dans « *L'entrée des jeunes libanais dans la vie active et l'émigration* ».

⁷ Marchesnay (1999) propose une typologie reposant sur les logiques d'action et sur les niveaux d'aspiration, et suggère d'établir une typologie par problème étudié. Ainsi, il hiérarchise trois niveaux d'aspiration (l'aspiration à la pérennité (P), à l'indépendance(I) ou l'autonomie(A), et à la croissance (C) permettant de distinguer deux types d'entrepreneurs : L'entrepreneur PIC qui obéit à une logique d'action patrimoniale ; l'entrepreneur CAP qui obéit à une logique de valorisation des capitaux engagés.

⁸ Le centre de recherche britannique The Economist Intelligence Unit (EIU) a publié début juillet sa première étude sur son nouvel indice global : l'indice de l'opportunité économique des femmes. L'enquête a porté sur 113 pays et a pris en compte les lois, réglementations et pratiques qui jouent en faveur ou en défaveur des femmes en matière d'opportunité économique. Notons que le score de chaque pays est compris entre 0 et 100, la borne supérieure représentant la meilleure notation. Ainsi, selon l'étude publiée dans le bulletin hebdomadaire du Crédit libanais, le Economic Insights, le Liban a obtenu un score global de 41,9, arrivant au 88e rang mondial et au 25e rang parmi les pays asiatiques sondés.

2.4 Le profil de l'entreprise créé par la femme libanaise

Un grand nombre de PME libanaises n'est pas enregistré ni organisé dans des associations. Elles n'ont pas accès à des activités de développement et ne respectent que faiblement les normes et les standards. Elles produisent des biens principalement traditionnels et de qualité variable, mais qui manquent de compétition sur les marchés d'exportation et menacés sur le marché local.

Les femmes sont connues d'être fréquemment des créatrices de PME et de TPE et ceci s'applique sur le cas libanais. Selon l'étude de CAWTAR et IFC (2008), « 33,6% des entreprises concernées par l'étude sont des petites entreprises, la moyenne de leur chiffre d'affaires n'a pas dépassé les 5000 dollars en 2005 alors que 48,7%, presque la moitié, sont des petites et moyennes entreprises (chiffre d'affaires entre 5000 et 50000 dollars). D'un autre côté, l'étude a montré que la taille de ces entreprises varie en fonction du lieu d'implantation. Les plus florissantes et celles qui ont plus de chances de conquérir des marchés étrangers se trouvent en effet à Beyrouth la capitale ». Au Liban, la proportion de femmes entrepreneuses est nettement inférieur à celui des hommes entrepreneurs (Banque mondiale, 2006). La différence augmente selon la taille de l'entreprise.

2.5 Les contraintes et obstacles rencontrés par les entrepreneuses libanaises

Les barrières à la création sont plus importantes pour les femmes. Celles-ci rencontreraient, en outre, des obstacles spécifiques, différents de ceux rencontrés par les hommes (Delmar et Davidsson, 2000). Au Liban, les obstacles rencontrés par les entrepreneuses libanaises recensés concernent l'aspect financier, les mécanismes nationaux et l'aspect institutionnel.

La microfinance

Sur le plan financier, le principal obstacle à l'entrepreneuriat féminin revient à l'absence de facilités de financement. Les initiatives et les programmes libanais visant à aider les femmes dans leur recherche d'un financement à leur projet sont fortement insuffisants vu qu'ils se limitent en général à des budgets très limités capables d'aider des projets artisanaux, mais pas plus, car ces prêts vont d'habitude de 2000\$ à 5000\$, des sommes minimales pour financer une création d'entreprise au vrai sens du terme. En général, les programmes enregistrés comme des organisations non gouvernementales ou des associations à but non lucratif, nécessitent la capacité institutionnelle et les mécanismes adéquats pour octroyer des crédits.

Les mécanismes nationaux au Liban

Concernant les mécanismes destinés à encourager la promotion féminine, nous observons qu'aucun service public n'est chargé exclusivement des femmes, à l'exception des activités de l'Association des Femmes d'Affaires Libanaises. Karami⁹ (2010) évoque l'absence d'aides gouvernementales concrètes pour les femmes d'affaires. Aucune cellule, aucun point focal d'IFD (intégration de la femme dans le développement), n'a été prévu à cet effet au sein des ministères techniques. Ce qui est surprenant car un programme intitulé « intégration de l'approche genre au niveau des politiques », lancé en 1998 entre la commission libanaise pour la femme et l'UNIFEM, a formé des GFP (Gender focal points) au sein de chaque ministère. L'Association des Femmes d'Affaires Libanaises (LBWA) a été fondée en 1997 sous la présidence de Leila Karami dans l'esprit « de permettre aux ressources humaines féminines de se développer sur un pied d'égalité dans tous les secteurs d'activité économique, industrielle,

⁹ Leila Karami soutenue par sa famille d'entrepreneurs, fut une des premières femmes entrepreneuses dans le Liban de l'après-guerre. Leila Karami est présidente de la Lebanese Business Woman Association.

commerciale, touristique, publicitaire, et de créer une communauté regroupant des femmes d'affaires de tous les domaines à travers tout le Liban ».

L'environnement institutionnel

L'administration publique et les formalités nécessaires pour l'enregistrement d'une nouvelle entreprise est une source de difficultés indéniable pour les libanaises. De surcroît, l'administration publique et les formalités nécessaires pour l'enregistrement d'une nouvelle entreprise est une source de difficultés indéniable pour les libanaises. La corruption, la nécessité de payer des pots-de-vin dans beaucoup de situations, la lenteur des formalités et leur complexité sont tous des obstacles lourds à supporter pour une jeune entrepreneuse et ceci pour tout ce qu'il requiert de forte personnalité, de patience, de capacités de négociation et aussi d'aptitude à s'imposer. Ces critères ne s'inscrivent pas toujours dans la personnalité féminine ce qui, encore une fois, rend le parcours entrepreneurial de la femme au Liban compliqué et difficile.

Conclusion

Comme l'ont suggéré Zouiten et Levy-Tadjine (2005), l'entrepreneuriat féminin est considéré comme singulier par le fait que les femmes entreprennent souvent par dépit ou par nécessité économique (Brush, Hisrich, 1991). S'interroger sur la singularité d'un public pose d'emblée la question de son identification et de son repérage statistique (Levy-Tadjine, 2004). Si les modèles recensés fondent la singularité de l'entrepreneuriat féminin et justifient son étude, elles ne rendent pas compte de la culture et de la diversité du contexte. A cet effet, après avoir vu que l'entrepreneuriat féminin possède des traits distinctifs, nous avons analysé l'aspect occidental et musulman de l'entrepreneuriat féminin. Bien que le fait d'être une femme peut être un avantage¹⁰ (Hernandez, 2001), la discrimination reste un fait qui semble être étroitement lié à l'activité économique de la femme entrepreneuse en général, quelles que soient le pays. En effet, les expériences ont affirmé que les communautés et les sociétés qui négligent le potentiel économique et créateur des femmes réduisent nettement leur chance pour ce qui est de la lutte contre la pauvreté et le processus de leur développement humain et durable. Le développement qui place les personnes au centre de ses préoccupations, doit donc intégrer pleinement la dimension féminine. «Les hommes et les femmes doivent être au centre du développement » (PNUD, 1990).

¹⁰ La femme entrepreneuse peut de ce fait bénéficier de la part de ses partenaires internes et externes (banquiers, clients, fournisseurs, employés) d'un accueil et d'une considération privilégié par rapport à son homologue masculin.

Bibliographie

Boissin J.P., Branchet B., Casagrande A. (2009), *Questionnaire pour mesurer la sensibilité à la création d'entreprise*, Observatoire des Intentions Entrepreneuriales des Etudiants (OIE), <http://cerag-oie.org>

Brush, C. G., et Hisrich, R. D. (1991). Antecedent influences on women-owned businesses. *Journal of Managerial Psychology*, 6 (2), p9-16.

Brush, C.G., (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Directions, *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(4), 5-30.

Caubergs, L., (1997), Les femmes entrepreneuses et les ONG d'appui en Afrique subsaharienne : un éloge de la diversité et de la complexité, *Rapport final : Recherche-Action sur l'entrepreneuriat féminin en Afrique subsaharienne*, Leuven, ATOL, 125 p

Delmar, F., Davidsson P. (2000), Where Do They Come From, Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol 12, pp. 1-23.

Ducheneaut B et Orhan M. (2000), Les femmes entrepreneuses en France, Editions Seli Arslan, Paris.

George G., Zahra S.A. (2002), Culture and Its consequences for entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 4-5.

Giacomin O., Guyot J.L., Janssen F., Lohest O. (2006), Logique d'action des primocréateurs d'entreprise en Région Wallonne : identité et dynamique push-pull, *CRECIS working paper 12/2006*, Université Catholique de Louvain.

Global Monitor Entrepreneurship (2005), *Report on Women and Entrepreneurship*, Wellesley, Mass: Babson College and London Business School (The Center for Women's Leadership).

Hernandez E.M (2001), *L'entrepreneuriat, approche théorique*, éditions l'harmattan, collection altératives rurales,

Hisrich R. et Brush C. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Managing, and Financing a Successful New Business*. Lexington Books, Lexington, MA.

IFC et CAWTAR (2008) Le Rapport sur les femmes d'affaires libanaises, réalisé par le la Société Internationale Financière En Collaboration avec le Centre de la femme arabe – CAWTAR

Kasparian Kasparian, C. (2003), *L'entrée des jeunes libanais dans la vie active et l'émigration*. Projet de recherche [en ligne]. USJ, Beyrouth, faculté des lettres et des sciences humaines. Disponible sur : http://www.flsh.usj.edu.lb/enquête_jeunes&emigres/files/b3.htm

Lebegue T et Paturel R., (2008) "De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet", 9ème CIFEPMME;

Lerner M., C. G. Brush et R. D. Hisrich (1997), "Israel Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance". *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339.

Levy-Tadjine T. (2004), *L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du Sud-Toulon-Var.

Marchesnay M. (1999), L'entrepreneuriat : une vue kaléidoscopique, *Revue Internationale PME*, 12(3).

Mione A. (2005), De l'affectivité à l'effectivité: l'évaluation par ses membres d'un réseau d'affiliation, communication à l'atelier « Accompagnement des jeunes entreprises : entre darwinisme et assistanat » organisé par l'ERFI, le CEROM et l'AIREPME, Montpellier, 26 Mai 2005

Nene kane O.D. (2009), *Problématique de l'entrepreneuriat féminin en mauritanie : essai de validation d'un modèle*, thèse de doctorat ès-sciences de gestion, université de reims champagne-ardenne faculte des sciences economiques, sociales et de gestion.

Onana F. X. (2006), *Motivations et modes de gestion des femmes entrepreneuses au Cameroun : une étude exploratoire*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Douala et Université Montesquieu-Bordeaux IV.

Pailot P. (2003), La socialisation entrepreneuriale du chercheur créateur, *Rapport du CLAREE pour la CNRS*, contrat APN, Janvier 2003, p183.

Paturel R. et Arasti Z. (2006), Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran, *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales* 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

PNUD [Programme des Nations-Unies pour le Développement], 1990, *Rapport mondial sur le développement humain 1990 : définition et mesure du développement humain*, Economica, Paris, 250 p.

Saleh L. (2011), *"L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban"*, Thèse sous la direction de Christophe Schmitt, Université Nancy 2.

Sawma S. et Levy-Tadjine T. (2010) A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire,

Stevenson, L. (1990), Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs , *Journal of Business Ethics*, 9 (4/5), p439-446.

Tchamanbe, D. L. (1999), La femme camerounaise face aux enjeux économiques du XXI^e siècle, Communication au Colloque sur *Femmes, leadership et développement : un regard prospectif sur le 21^e siècle*, organisé par le MINCOF, Yaoundé, mai.

Tchouassi, G. (2002), *Entreprendre au féminin au Cameroun : possibilités et limites*, Actes du 2e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, des 17 et 18 avril, p 509-521.

Tounès A. (2003), *L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE*, Thèse en Sciences de Gestion, Université de Rouen.

Tokatlioglu S. (2010), *Contribution à l'explication de l'intention de création d'entreprise: le cas des femmes entrepreneuses en Turquie*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Bretagne Occidentale.

Zouiten J. Levy-Tadjine T (2005), *Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ?*, Extrait du 4ème Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat [en ligne].

World Bank (2008), *Les femmes entrepreneuses au Moyen-Orient et en Afrique du Nord défient les attentes*. [en ligne],. Disponible sur : <http://web.worldbank.org/wbsite/external/accueil/extn/newsfrench/>