

# L'entrepreneuriat informel au Maroc : Motivations féminines

Nazha EL BOUFI

*Laboratoire de Recherche en Economie Théorique et Appliquée (LARETA),*

*Faculté des Sciences et Techniques, Université Hassan 1<sup>er</sup>, Settat, Maroc*

elboufinazha@gmail.com

**Abstract - Le Maroc compte aujourd'hui près de 83% des femmes entrepreneurs exerceraient dans le secteur informel selon une étude de la BERD. Quand on parle d'entrepreneurs informels, nous faisons généralement référence aux personnes qui entreprennent des activités marchandes qui ne sont pas déclarées auprès des pouvoirs publics dans le but principal d'échapper à l'impôt. Mais que savons-nous des motivations de ces entrepreneures à choisir une activité entrepreneuriale informelle ? dans un pays en développement comme le Maroc, ces motivations sont fondées sur des facteurs de nécessité ou des facteurs d'opportunité ? est ce qu'il y a d'autres sources de motivation de ces femmes à entreprendre dans l'informel ? Partant de ces interrogatoires, nous avons mené une étude de cas pour comprendre les motivations des entrepreneures marocaines à entreprendre dans l'informel. Après un passage en revue des théories mobilisables pour répondre à notre problématique, nous partageons les résultats d'une étude de cas de quelques entrepreneures opérantes dans le secteur informel. Les données ont été recueillies par le biais d'observation participante et d'entretiens semi-directifs. Nos résultats ont révélé que les entrepreneures marocaines ont été motivées par des facteurs de nécessité mais aussi par des facteurs d'opportunité.**

**Mots clés – entrepreneuriat, secteur informel, motivations, femmes, expériences réelles.**

## I-INTRODUCTION

Depuis plus de trois décennies, L'économie marocaine a développé le champ des activités économiques informelles. Aujourd'hui, il est admis que l'informel représente une part très importante de la croissance au Maroc (40% du PIB en 2014). Le secteur informel possède également un fort potentiel pour aider à réduire la pauvreté en offrant aux personnes un moyen de générer des revenus, en particulier pour les personnes à faible revenu dans la plupart des économies en développement et sous-développées (Adhikari, 2011 ; Hemmer & Mannel, 1989). Selon une étude de la BERD, au Maroc, 83% des femmes entrepreneurs exerceraient dans le secteur informel. La notion de l'entrepreneuriat informel investit tout autant le domaine économique que le domaine scientifique. Rare sont les études scientifiques qui se sont intéressées à l'entrepreneuriat informel au Maroc encore moins l'entrepreneuriat informel féminin. Dans ce sens, notre contribution vise à comprendre les motivations des femmes marocaines à entreprendre dans l'informel en analysant des

expériences réelles d'entrepreneuriat. Notre question de recherche est de comprendre ce qui motive une femme à mener une activité entrepreneuriale informelle. Pour répondre à cette question, nous avons suivi une méthodologie qualitative basée sur l'étude de cas de quelques entrepreneures. La structure de notre article est la suivante. Premièrement, nous synthétiserons la littérature existante sur les motivations entrepreneuriales et le secteur informel, deuxièmement, nous présenterons notre méthodologie de recherche et enfin, nous analyserons une étude de cas de quelques femmes qui entreprennent des activités informelles.

## II- MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES

La motivation entrepreneuriale a été étudiée selon différentes approches. Carsrud et Brannback (2011) suggèrent la séparation entre les études économiques et psychologiques. Une grande partie de la littérature économique en entrepreneuriat considère que la décision de créer une entreprise est le résultat d'un processus de maximisation, dans lequel l'individu va comparer les revenus de différentes activités et va choisir celle qui va lui fournir le plus haut retour (Arenius et Minniti, 2005). Latham et Pinder (2005) notent que la motivation est un processus psychologique qui résulte des relations des individus avec leur environnement. Le concept de motivation peut être considéré comme une raison ou un élément déclencheur de l'action d'une personne, ainsi que comme les intentions de l'entrepreneur de créer son entreprise (Kirkwood, 2009 ; Williams, 2007 ; Kolvereid, 1996). Les études sur la motivation entrepreneuriale sont scindées en deux corps théoriques primordiaux, nommés « push » et « pull ». Ces théories donnent naissance à deux types de motivation : « par opportunité », dans le cas de la théorie pull, et « par nécessité », dans le cas de la théorie push. La théorie « pull » voit la création d'entreprise comme le résultat d'une culture entrepreneuriale (Hughes, 2003). Elle serait motivée par une recherche d'indépendance et d'autonomie, mais aussi par le fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires à développer. Les deux dimensions qui constituent l'approche « pull » : l'opportunité d'affaires et le désir d'indépendance sont souvent regardées de manière positive car elles considèrent la création d'entreprise comme un choix individuel et volontaire (Kirkwood et Campbell-Hunt, 2007). La théorie « push » fait référence aux conditions externes,

généralement négatives, qui forcent les individus à s'engager dans le travail indépendant ou l'entrepreneuriat parce que toutes les autres options de travail sont absentes ou insatisfaisantes (Kirkwood, 2009 ; Aidis et al., 2007 ; Maritz, 2004 ; Orhan & Schott, 2001), par exemple, le facteur d'incitation au travail indépendant principalement en raison du chômage, de la perte d'emploi et du manque de possibilités de travail (Sharafizad & Coetzer, 2016).

Le tableau suivant résume l'ensemble des facteurs de motivation push/pull trouvés chez les femmes dans une étude réalisée dans sept pays qui sont : Le Royaume-Uni, les Etats-Unis, L'Australie, l'Inde, le Singapour, la Hollande et la Nouvelle Zélande.

Facteurs Push (nécessités)	Facteurs Pull (opportunités)
Manque de contrôle	Contrôle
Manque d'indépendance	Besoin d'indépendance
Manque de flexibilité	Flexibilité
L'insatisfaction au travail	Devenir son propre patron
Plafond de verre	Indépendance financière
Manque de challenge	Faire la différence
Influence familiale	Réaliser des ambitions
Pas prise au sérieux	Détermination personnelle
Manque d'opportunités	Impacter sur la stratégie
Désamour du Patron	Réaliser une croissance
Trouver un meilleur emploi	Besoin de reconnaissance
Racisme	Besoin de réalisation
Faible niveau d'éducation	Compétences, expériences et connaissances
Manque de modèles	Poursuivre un rêve de long
Inégalités de salaire	Recherche d'autonomie
Ségrégation professionnelle	Besoin de dominer
Manque de Crèches	Besoin d'accomplissement ou
Discrimination	Estime de soi
Besoin de sécurité	Réaliser des objectifs

Source : Fielden et Davidson (2005)

### III- SECTEUR INFORMEL

C'est en 1972 dans un rapport du BIT sur le Kenya que la notion de « secteur informel » est proposée pour expliquer des phénomènes pas ou très mal pris en compte par les approches économiques classiques (Lautier, 2004). Depuis, ce concept a largement évolué. La Commission

Européenne (1998) souligne que le secteur informel désigne les activités marchandes qui ne sont pas déclarées auprès des pouvoirs publics dans le but principal d'échapper à l'impôt mais qui restent légales en dehors de cette dimension fiscale. Des chercheurs qui se sont suivis, définissent de manière générale, le secteur informel comme l'ensemble des activités génératrices de revenus exercées en dehors des règles institutionnelles ou du cadre des réglementations de l'État (Biles, 2009 ; Williams et Nadin, 2010). Aujourd'hui, il reste au cœur de l'analyse des mutations économiques et sociales dans les pays en développement. Williams (2007) définit l'entrepreneur informel comme une personne qui participe activement à la création d'une entreprise ou qui est le propriétaire/directeur d'une entreprise qui exerce un travail rémunéré qui est légitime à tous égards, à l'exception du fait qu'il n'est pas déclaré à l'État à des fins fiscales, de sécurité sociale et/ou de droit du travail.

### III- Méthodologie

Pour cette étude, nous avons privilégié la recherche qualitative puisqu'elle permet de se concentrer sur l'expérience subjective des femmes et sur les significations qu'elles attribuent à celle-ci (Maynard, 1994) et pour répondre à la question : quelles sont les motivations d'une femme à mener des activités entrepreneuriales informelles ? Conséquemment, pour la collecte des données, une approche d'étude de cas, qui a conjugué deux méthodes, l'observation participante et l'entretien semi-structuré a été adoptée. L'approche par étude de cas convient pour décrire, expliquer, illustrer et explorer un ou plusieurs phénomènes (Gustafsson, 2017 ; Creswell, 2014 ; Yin, 2009). L'approche par étude de cas peut se faire par le biais de plusieurs études de cas ou d'une seule étude de cas basée sur le contexte du chercheur. Une étude de cas unique peut être désignée comme une étude intensive sur une personne, un groupe de personnes ou une unité qui vise à généraliser sur plusieurs unités (Gustafsson, 2017 ; Yin, 2009). Cette étude a appliqué l'étude de cas sur un groupe d'entrepreneures. L'observation participante a notamment contribué à développer une connaissance profonde de l'environnement des participantes ; L'entretien semi-directif a permis la compréhension des motivations entrepreneuriales des femmes. Notre recherche est basée sur la théorie qui soutient le développement d'un cadre théorique pour comprendre les motivations des entrepreneures informelles. Cette théorie nous a permis de collecter des données de manière systématique, et donc d'analyser des données qualitatives basées sur une analyse inductive de manière structurée et reproductible (Urquhart et al., 2010). Dans cette étude, nous avons appliqué le codage des données pour en déduire les motivations des entrepreneures à mener des activités de manière informelle.

### IV- RESULTATS

Cette étude de cas a été entreprise dans l'objectif d'identifier les motivations entrepreneuriales des femmes

marocaines qui influencent la décision d'entreprendre dans l'informel.

Pour refléter une diversité d'expérience, les femmes interviewées sont différentes en ce qui a trait, notamment, à leur âge, à leur expérience, au statut social (mariée, célibataire, divorcée, veuve) et à la situation familiale (avec ou sans enfants).

Au total, 10 femmes entrepreneures âgées de plus de 30 ans ont participé à l'étude. Elles exercent dans l'entrepreneuriat informel depuis en moyenne 10 ans. 80% des femmes ont au plus 3 enfants. La majorité des femmes interviewées ont créés des activités qui ne demande pas un capital de départ important puisqu'elles exercent depuis leur propre foyer et utilisent du matériel dont le financement a été fait sur fonds propres. 80% des femmes sont issues soit du formel (2 salariés) soit ont menés des activités formelles et ont une expérience antérieure dans le domaine d'exercice où elles pratiquent (pâtisserie, restauration, nagafa (est une habilleuse de la mariée et organisatrice de cérémonies de mariage marocain), broderie, confection d'habillement traditionnel pour femmes) ce qui relativise l'idée que dans les PED, le secteur informel est constitué d'entrepreneurs de survie et soutienne l'idée de Williams et Nadin (2010) qui stipule que, dans leur majorité, les entrepreneurs informels sont issus du formel (emploi salarié ou indépendant) et non de populations marginalisées exclues du marché du travail formel. En ce qui a trait à leurs revenus, et en rapport avec le SMIG (salaires minimums interprofessionnel garanti) qui est de 2 698.83 MAD par mois au Maroc, pratiquement 20 % des femmes perçoivent un revenu nettement inférieur au SMIG, 40 % des femmes interviewées ont déclaré un revenu mensuel légèrement inférieur au SMIG et 40% des femmes ont déclaré un revenu nettement supérieur au SMIG. La plupart des femmes mariées ont révélé qu'elles sont très satisfaites des revenus perçus.

A partir des entretiens menés, notre étude nous a permis de révéler la présence de divers facteurs de motivation citées en littérature résumés dans le tableau ci-dessous.

#### Les motivations des femmes marocaines à entreprendre des activités informelles.

		sens bien - Argent de poche
	Concilier vie personnelle et professionnelle	Concilier les activités professionnelles avec les tâches familiales (10 femmes)
Besoin de réalisation	Profiter de mon expérience	- Mon expérience dans le domaine de la restauration m'a permis d'avoir plusieurs clients - Mes gâteaux sont très demandés - J'ai un savoir-faire en broderie - Je perfectionne l'habillement traditionnel
Besoin d'évasion	Quitter la situation de chômage	- Je ne peux pas rester sans rien faire - Je n'ai pas de diplôme, personne ne m'accepte pour travailler - Mon niveau scolaire ne me permet pas d'accéder à un travail formel
	Besoin d'argent pour survivre	- On doit avoir de l'argent pour survivre (3 femmes) - deux revenus c'est important parce que lorsque l'un s'écroule l'autre peut compenser
	Besoin d'argent	- Mes enfants ont besoin de moi - Je peux aider pour assurer une meilleure vie pour mes enfants - Mon revenu et celui de mon mari nous ont permis d'accumuler des avoirs tel que notre propre logement. Ce dernier fait fonction d'actif productif car nous en louons une partie pour en profiter d'un revenu supplémentaire. - Mes enfants doivent terminer leurs études
	Soutien du mari	- Mon mari m'encourage - Je n'ai pas d'enfants, je m'ennuie à la maison, mon mari m'encourage à travailler mais à la maison
	Soutien des clients	Mes clients insistent que je continue à faire des gâteaux traditionnels (5 femmes)
	Soutien des fournisseurs	- Les fournisseurs me livrent toujours de la matière première et m'accorde des facilités de paiement. - Les fournisseurs me font confiance et ils m'aident pour

Encodage axial	Encodage ouvert	Fragment de texte retranscrit
Désir d'indépendance	Etablir mon propre horaire de travail	- Etre libre en termes d'horaire de travail - C'est moi qui décide de prendre telle commande ou non selon ma disponibilité - Parfois j'aime plus travailler, je ne travaille pas - Pendant les vacances des enfants je ne travaille pas - Le week-end impossible de travailler
	Etre indépendante financièrement	- J'ai mes propres besoins financiers - Je dois aider ma mère qui vit toute seule financièrement - Si ce sont mes propres ressources financières, je me

		s'approvisionner
	Réseau	J'ai de très bonnes relations avec plusieurs administrations publiques en raison de mon ancien emploi (fonctionnaire au tribunal), donc j'en profite

Le besoin d'argent pour subvenir aux besoins de la famille et échapper à la situation de sans-emploi, l'envie d'indépendance et de réalisation se repèrent comme les motivations entrepreneuriales les plus importantes. Kane (2009) souligne que, le contexte de pauvreté, de chômage et de frustrations combinées à la volonté d'avoir un revenu pour survivre, poussent les femmes à entreprendre.

Les femmes marocaines entreprennent des activités informelles par nécessité. Ces activités génèrent souvent des revenus moyens. Subvenir aux besoins de la famille est la préoccupation majeure des entrepreneures informelles qui ont des enfants; Pour celles qui n'ont pas d'enfants, subvenir à leurs propres besoins et échapper à la situation de sans-emploi est ce qui les motive le plus ce qui soutient l'idée que la motivation « push » traduit, quant à elle, une contrainte liée à une situation conjoncturelle, dans laquelle se trouve la femme, comme le chômage, le manque d'argent, le manque d'autonomie, la sécheresse, un revenu familial insuffisant etc. (Segal et al., 2005 ; Hughes, 2006). Nous considérons que les facteurs de « nécessité » sont souvent les plus dominants et sont les stimuli principaux des femmes qui entreprennent dans l'informel. Toutefois, il faut noter que des facteurs de nature « pull » existent. Pour toutes les interviewées, une activité informelle pouvait être entreprise sans remettre en cause leur rôle d'épouse et/ou de mère et leurs offre l'opportunité de gérer leurs emplois de temps et concilier ainsi vie professionnelle et vie familiale. Selon Loh-Ludher (2012), le travail des femmes dans le secteur informel est souvent considéré par elles comme un prolongement de leur travail domestique. La décision des femmes marocaines d'entreprendre est aussi un choix pour répondre à l'envie de contribuer au bien-être de la famille, au besoin d'indépendance et de réalisation personnelle. C'est aussi une opportunité de profiter de leur savoir-faire et de leur expérience ce qui soutient l'idée que la motivation « pull » traduit, chez les femmes, le besoin de liberté, le goût du risque, l'épanouissement personnel, le souci d'indépendance et l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle (Duchêneaut et Orthan, 2000 ; Fielden et Davidson, 2005 ; Hughes, 2006 ; Gabarret et Vedel, 2015)

De même, des facteurs externes peuvent jouer un rôle important et positif dans la motivation de l'entreprise informelle. 60% des femmes interviewées précisent que le soutien familial, principalement celui du mari, joue un rôle prépondérant dans la continuité de leurs activités. L'encouragement des anciens clients a été cité parmi les principaux facteurs de motivations de 50% des femmes. Certaines femmes ont souligné les facilités de paiement proposées par des fournisseurs afin de les aider à réussir leurs activités et que 20% des femmes ont révélé l'importance des relations qu'elles ont nouées au cours de

leur travail dans le secteur formel. Ainsi, on peut dire que si les facteurs de motivation sont largement liés à des opportunités externes, alors être entrepreneur est considéré comme un choix positif (Dawson & Henley, 2012). L'entrepreneuriat n'est pas nécessairement motivé par la pauvreté ou l'exclusion du marché du travail ou des pesanteurs culturelles... (William & Gurtoo, 2001). Il peut aussi être motivé par une variété de facteurs « volontaires » et « d'opportunités » (Gurtoo & William, 2009 ; William & Gurtoo, 2001). Comme l'affirme William (2009), la nécessité et l'opportunité peuvent coexister.

## CONCLUSIONS

Notre étude montre la difficulté inhérente à formuler des propositions sur les facteurs de motivation des femmes marocaines qui entreprennent des activités informelles car ces dernières constituent un ensemble hétérogène dont les motivations peuvent varier amplement. Nous supposons que cette étude de cas a apporté une certaine contribution à la compréhension de la motivation entrepreneuriale de la femme marocaine dans le secteur informel sur la base de quelques cas. Cet article a révélé des résultats un peu ahurissants, car on s'attendait à ce que les facteurs de motivation des femmes entrepreneures marocaines soient de nécessité. Toutefois, notre étude de cas montre la présence de facteurs de motivation d'opportunité. En effet, il est vrai que les femmes marocaines qui entreprennent des activités informelles sont motivées essentiellement par le besoin d'argent pour subvenir à leur besoin et au besoin de leur famille. Cependant, Les résultats confirment aussi les conclusions selon lesquelles la motivation entrepreneuriale, en particulier celle des entrepreneures informelles, sont motivée aussi par des facteurs d'opportunité. Pour les femmes marocaines, L'entrepreneuriat informel est un choix pour répondre à l'envie de contribuer au bien-être de la famille, au besoin d'indépendance et de réalisation personnelle. C'est aussi une opportunité de profiter de leur savoir-faire et de leur expérience. Aussi l'existence de facteurs de motivation externes qui se sont montrés liés à la capacité de l'entrepreneure à saisir les opportunités et à mener une activité informelle par choix personnel conformément aux conclusions de Williams (2009). Cette étude soutient que l'entrepreneuriat de nécessité et d'opportunité sont présents dans les motivations des femmes marocaines qui entreprennent dans l'informel. Ainsi, Des études antérieures ont montré que l'interaction des facteurs de motivation internes et externes qui influencent les actions des entrepreneurs (Aidis et al, 2007 ; Baum & Locke, 2004 ; Carter et al, 2003) et cela peut également être vrai pour l'entrepreneuriat informel au Maroc. Toutefois, comme il se concentre sur quelques cas, la conclusion n'est pas généralisable. Ainsi, des études quantitatives axées sur les différents domaines de l'entrepreneuriat informelle au Maroc pourraient être réalisées pour offrir plus de visibilité afin de comprendre la motivation entrepreneuriale des femmes marocaines dans le secteur informel.

REFERENCES

- [1] Adhikari, D.B. (2011). Income generation in informal sector: a case study of the street vendors of Kathmandu metropolitan city. *Economic Journal of Development Issues*, 13-14(1-2), 1-14.
- [2] Hemmer, H. & Mannel, C. (1989). On the economic analysis of the urban informal sector. *World Development*, 17(10), 1543-1552.
- [3] Carsrud A., Brannback M., 2011, « Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? », *Journal of Small Business Management*, vol. 49, n° 1, pp. 9-26.
- [4] Latham, G. P., & Pinder, C. C. (2005). Work motivation theory and research at the dawn of the twenty-first century. *Annual Review of Psychology*, 56(1), 485-516.
- [5] Kirkwood J., 2009, « Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship », *Gender in Management: An International Journal*, vol. 24, n°5, pp. 346 - 364.
- [6] Williams, C.C. (2007). The nature of entrepreneurship in the informal sector : evidence from England. *Journal of Development Entrepreneurship*, 12(2), 239-254.
- [7] Kolvereid, L. (1996) Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(3), 23-31.
- [8] Hughes K. (2003), "Pushed or Pulled ? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership", *Gender, Work and Organization*, Vol. 10, n° 4, p. 433-454.
- [9] Kirkwood J., Campbell-Hunt C., 2007, « Using Multiple Paradigm Research Methodologies to Gain New Insights into Entrepreneurial Motivations », *Journal of Enterprising Culture*, vol. 15, n° 3, pp.219-241.
- [10] Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An international Journal*, 25(5), 346-364.
- [11] Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D. & Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies : the case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13(2), 157-183.
- [12] Maritz, A. (2004). New Zealand necessity entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1 (3/4), 255-264.
- [13] Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-243.
- [14] Sharafizad, J., & Coetzer, A. (2016). The networking interactions of Australian women small business owners. *Small Enterprise Research*, 23(2), 135-150.
- [15] Fielden S. L., Davidson M. J., (2005). *International Research Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA, Edward Elgar.
- [16] Lautier B.,(2004) *L'Économie informelle dans le tiers monde*, Paris, La Découverte.
- [17] Biles, J. (2009). Informal work in Latin America : competing perspectives and recent debates , *Geography Compass*, 3(1), 214-36.
- [18] WILLIAMS, C. C. et NADIN, S., (2010). Entrepreneurship and the Informal Economy : An Overview , *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15 (4), p. 361-378.
- [19] Williams, C.C. (2007). The nature of entrepreneurship in the informal sector: evidence from England. *Journal of Development Entrepreneurship*, 12(2), 239-254.
- [20] Maynard, M. (1994). Methods, practice and epistemology : The debate about feminism and research. Dans M. Maynard, & J. Purvis (Éds), *Researching women's lives from a feminist perspective* (pp. 10-26). Londres : Taylor and Francis.
- [21] Gustafsson, J. (2017). Single Case Studies vs. Multiple Case Studies: A Comparative Study. *Academy of Business, Engineering and Science*, Halmstad University, Halmstad, Sweden. Retrieved from <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:1064378/FULLTEXT0.pdf>
- [22] Creswell, J.W. (2014). *A Concise Introduction to Mixed Method Research*. U.S.A.: Sage Publishing.
- [23] Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods* (4th ed.). California: Sage Publications. Kane, N. O. D., 2009, *Problématique de l'entrepreneuriat féminin en Mauritanie : essai de validation d'un modèle*, Thèse de doctorat, Reims, Université de Reims.
- [24] Urquhart, C., Lehmann, H., Myers, M.D. (2010). Putting the Theory Back into Grounded Theory: Guidelines for Grounded Theory Studies in Information Systems. *Information Systems Journal*, 20(4), 357-381.
- [25] Kane, N. O. D., 2009, *Problématique de l'entrepreneuriat féminin en Mauritanie : essai de validation d'un modèle*, Thèse de doctorat, Reims, Université de Reims.
- [26] Segal G., Borgia D., Schoenfeld J., (2005). The motivation to become an entrepreneur, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol.11, n°1, pp. 42-57.
- [27] Hughes, K.,(2006). Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol.19, n°2, pp.107-200.
- [28] Loh-Ludher L., (2012). « Women in the informal sector in Malasia », *Baha'i Topics*, disponible sur : <http://info.bahai.org/article-1-7-6-12.html>.
- [29] Duchêneaut B., Orhan M., 2000, *Les femmes entrepreneurs en France*, Paris, Seli Arslan.
- [30] Fielden S. L., Davidson M. J., 2005, *International Research Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA, Edward Elgar.
- [31] Hughes, K., 2006, « Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol.19, n°2, pp.107-200.
- [32] 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.
- [33] Dawson, C. & Henley, A. (2012). Push versus pull entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6), 697-719.
- [34] William C. C. & Gurtoo A., (2011), « Women entrepreneurs in the Indian informal sector: marginalisation dynamics or institutional rational choice », *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3, N°1, p.1-28.
- [35] Gurtoo, A. & Williams, C.C. (2009). Entrepreneurship and the informal sector: some lessons from India. *Entrepreneurship and Innovation*, 10(1), 1-7.
- [36] William C. C. (2009). « Informal entrepreneurs and their motives : a gender perspective », *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1, N°3, p.19-25.
- [37] Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- [38] Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.