



HAL
open science

**A propos de la désirabilité et de la faisabilité
entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes
libanaises: une enquête exploratoire.**

Sarah Sawma, Thierry Levy-Tadjine

► **To cite this version:**

Sarah Sawma, Thierry Levy-Tadjine. A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire.. 2010. hal-00848336

HAL Id: hal-00848336

<https://hal.science/hal-00848336>

Preprint submitted on 25 Jul 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LAAS 17, Novembre 2010

A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire.

Sarah SAWMA,

Titulaire d'un DEA en Sciences de Gestion,
Université St Esprit de Kaslik (USEK, Liban),

Thierry LEVY- TADJINE, HDR

Professeur à l'Université St Joseph et à l'ISAE – CNAM- Beyrouth
Membre du Laboratoire ICI - Université de Bretagne Occidentale,
E-mail : thierry.levy@univ-st-etienne.fr; thierry.levy@usj.edu.lb

Résumé :

Initiant un programme de recherches visant à étudier l'intention entrepreneuriale des femmes sur l'ensemble du Moyen-Orient tout en tenant compte du facteur religieux, ce travail préliminaire s'intéresse au contexte libanais et s'appuie sur une enquête par questionnaire conduite auprès de 140 étudiants au Liban.

Les résultats recueillis reflètent la persistance de préjugés socioculturels susceptibles de freiner l'entrepreneuriat féminin ainsi que l'importance de discriminations perçues. Pour autant, les conclusions de cette étude sont plus nuancées que ne le laisse présager le sens commun et traduisent sans doute une évolution progressive des mentalités.

Mots-clés : Entrepreneuriat féminin; Intention entrepreneuriale ; Discriminations perçues ; Liban ; Environnement socio-culturel.

A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire.

Résumé :

Initiant un programme de recherches visant à étudier l'intention entrepreneuriale des femmes sur l'ensemble du Moyen-Orient tout en tenant compte du facteur religieux, ce travail préliminaire s'intéresse au contexte libanais et s'appuie sur une enquête par questionnaire conduite auprès de 140 étudiants au Liban.

Les résultats recueillis reflètent la persistance de préjugés socioculturels susceptibles de freiner l'entrepreneuriat féminin ainsi que l'importance de discriminations perçues. Pour autant, les conclusions de cette étude sont plus nuancées que ne le laisse présager le sens commun et traduisent sans doute une évolution progressive des mentalités.

Mots-clés : Entrepreneuriat féminin; Intention entrepreneuriale ; Discriminations perçues ; Liban ; Environnement socio-culturel.

A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire.

Alors même que l'intuition et quelques observations suggèrent que la place de la femme dans les sociétés orientales y diffèrent des économies occidentales, rares sont les études consacrées à l'intention ou aux pratiques entrepreneuriales des femmes dans les pays arabes. Le travail de EROGUL et Mc CROHAN (2008) sur les entrepreneuses des Emirats Arabes Unis semble faire exception. De ce fait, initiant un programme de recherches visant à étudier ce phénomène sur l'ensemble du Moyen-Orient tout en tenant compte du facteur religieux, ce travail préliminaire s'intéresse à un pays arabe particulier, le Liban, considéré souvent comme porte entre l'Orient et l'Occident.

Pour HOFSTEDE¹ qui n'isole pas le Liban des autres pays de la péninsule arabique, ces pays sont notamment caractérisées par un indice de « masculinité » élevé rendant compte de sociétés patriarcale dans lesquelles les hommes détiennent le pouvoir. Dans cette perspective, quelle est la désirabilité entrepreneuriale des femmes libanaises ? Comment les hommes libanais envisagent-ils que des femmes deviennent entrepreneuses et ce faisant, autonomes ? Derrière ces questionnements, l'enjeu est la promotion et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin au pays des cèdres.

Pour éclairer ces problématiques, une enquête qualitative exploratoire a d'abord été conduite sous la forme d'entretiens auprès de deux accompagnatrices de femmes entrepreneurs 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). Ces entretiens confirmaient l'intuition initiale. Ainsi, T. Mazraani, conseillère du *Bérytech*, estime que de son point de vue, les femmes libanaises sont moins désireuses d'entreprendre que les hommes car « *elles estiment que ce rôle n'est pas fait pour elles* ». Afin d'approfondir la réalité de ces intuitions et des préjugés qui les sous-tendent, nous avons bâti un questionnaire qui a été administré dans un second temps 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). Après un bref rappel des modèles de l'intention entrepreneuriale sous-jacents à cette recherche, nous en présenterons les principaux résultats quand à la faisabilité et à la désirabilité entrepreneuriales perçues par les jeunes femmes libanaises, en en tirant des conclusions plus nuancées que ne le laisse présager le sens commun.

¹ D'après Hofstede, la "masculinité" dans le monde arabe atteint un niveau de 52 ce qui est supérieur à la moyenne de 50. Cf HOFSTEDE (1994) et son site internet: *Cultural dimensions*.
URL: <http://www.geert-hofstede.com/hofstede-arab-world.shtml>

1. Un indice global d'intention entrepreneuriale comparable à celui des hommes libanais

Comme le montrent KRUEGER (2000) ou EMIN (2003, 2004), la théorie du comportement planifié de AJZEN (1991) et le modèle de SHAPERO et SOKOL (1982) peuvent être combinés pour proposer un cadre explicatif intégrateur de l'intention entrepreneuriale.

La théorie du comportement planifié postule que l'intention est déterminée par la perception par l'individu, de la disponibilité des ressources et des opportunités ou, au contraire, des obstacles anticipés (*Perceived behavioral control*), ainsi que par son degré personnel d'aspiration pour l'acte entrepreneurial (*Attitude toward the behavior*) et par les normes sociales perçues (*Subjective norms*) qui renvoient à la désirabilité du projet entrepreneurial pour le réseau social de l'individu (l'environnement de proximité avec la famille, les amis, l'employeur, etc.). Dans la théorie de l'événement entrepreneurial de SHAPERO et SOKOL (1982), le premier élément qui, pour la femme, peut renvoyer à la perception éventuelle de discriminations², fait écho au concept de faisabilité perçue de l'acte entrepreneurial tandis que les deux autres se réfèrent aux perceptions de désirabilité. Les auteurs rajoutent l'idée selon laquelle certains entrepreneurs ont une disposition psychologique plus favorable au passage à l'acte que d'autres. Elle correspond à la propension à l'action qui est relative aux «déplacements» que connaissent les individus. Il peut s'agir de déplacements *negatifs* comme un licenciement, un divorce, la mort des parents ou un échec dans les études qui vont pousser l'individu à sauter le pas et, parfois, à entreprendre par dépit. L'obtention d'un héritage, un gain à la loterie sont, au contraire, des exemples de «déplacements *positifs*» qui poussent l'entrepreneur en herbe à oser, tandis que des tournants dans la vie comme une libération après une période d'emprisonnement, la fin des études ou l'acquittement de ses obligations de service militaire (selon les pays) sont considérés comme des «déplacements *neutres*» qui incitent l'individu à «rebondir».

Ces deux perspectives laissent une grande place à l'influence du milieu socioculturel sur l'intention entrepreneuriale ce qui fonde l'intérêt de notre recherche. Il est avéré, notamment, que le milieu influence l'aversion au risque entrepreneurial et, par suite, la faisabilité perçue de l'intention. BOISSIN, EMIN et HERBERT (2007) montrent ainsi l'intention entrepreneuriale plus marquée des étudiants américains par rapport à leurs homologues français par le fait qu'ils associent l'entrepreneuriat à une aventure moins risquée que le salariat, à la différence des hexagonaux qui inversent les perceptions. Dans la même veine, une étude exploratoire sur l'intention entrepreneuriale de 110 étudiants libanais tend à expliquer leur plus grande propension à l'engagement en affaires par leur goût du risque prononcé (LEVY-TADJINE, 2008). 87% des étudiants interrogés déclaraient avoir le goût du risque. Le fait que dans ce travail, avec un échantillon construit aléatoirement en le distribuant dans les salles de classe des institutions universitaires précitées, nous retrouvions des scores comparables, prouve la validité externe de notre

² LEVY-TADJINE (2004) montre d'ailleurs, à propos des immigrés, que la perception de discriminations est plus importante encore sur la conduite et sur la désirabilité du projet que la réalité de celles-ci.

enquête (la composition de l'échantillon est résumée dans le tableau 1). En effet, 70% des répondants de notre enquête, hommes et femmes confondus, préféreraient créer leur entreprise que devenir salarié (ou femme au foyer) s'ils en avaient le choix. La désirabilité entrepreneuriale demeure très comparable suivant le sexe puisque 51 des 76 jeunes femmes interrogées (67%) et 46 des 64 hommes (72%) se sentent plus enclins à la création d'entreprise qu'au salariat reflétant dans leur réponse, les difficultés du marché de l'emploi libanais et les incertitudes qu'il représente pour eux.

	Femmes	Hommes
Age		
18-20	5	4
20-22	35	26
22-24	23	22
24-26	13	12
Total	76	64
Formation		
Licence	52	46
Master	24	18
Total	76	64

Tableau 1 : Echantillon de l'enquête (USEK, USJ, ALBA, Automne 2008)

Pourtant, malgré des indices globaux d'intention entrepreneuriale proches, les hommes et les femmes ne perçoivent pas la faisabilité de l'acte entrepreneurial ni sa représentation sociale de la même manière comme l'illustrent les résultats complémentaires de nos travaux. Afin d'instrumentaliser les modèles d'intention dont la philosophie a été rappelée plus haut et qu'illustre la Figure 1, nous avons, en effet, cherché à identifier les représentations qu'attribuaient les hommes et les femmes à l'entrepreneuriat et ce qu'ils en attendaient en termes de statut et d'avantage (afin d'appréhender les fondements de la désirabilité entrepreneuriale), les freins possibles qu'ils percevaient globalement ou singulièrement pour les femmes (notamment, la possibilité de discriminations dans l'accès au crédit) et enfin, les normes sociales relatives à l'engagement en affaires des femmes au Liban. Pour cette dernière variable, nous interrogeons les répondants sur la façon dont ils percevraient que les familles libanaises accueilleraient et soutiendraient l'entrepreneuriat de l'une des leurs et sur la vraisemblance perçue de la transmission d'une entreprise familiale à une fille. Dans un but exploratoire, les trois variables clefs des modèles d'intention, se trouvaient ainsi, opérationnalisées au moyen de questions simples. Si l'on peut reprocher le réductionnisme qui en résulte par rapport aux modèles de base, il n'en demeure pas moins que ce dispositif permet une différenciation statistiquement significative des perceptions des hommes et des femmes.

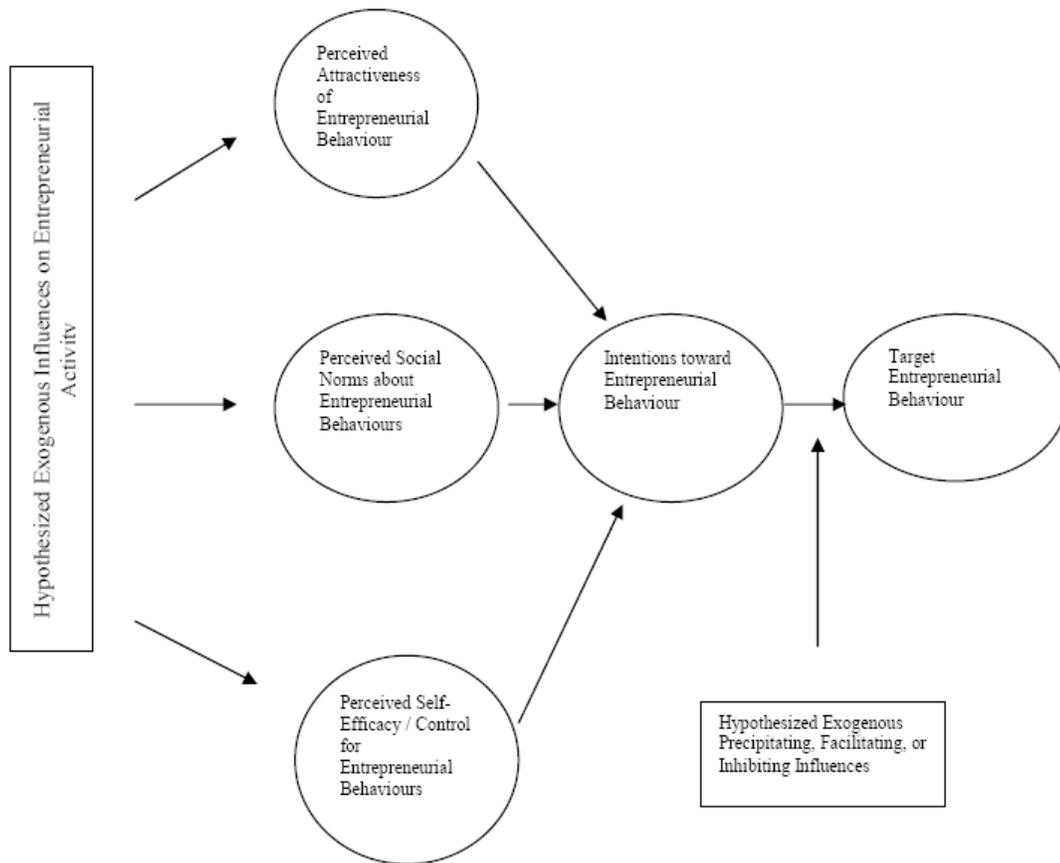


Figure 1: L'intention envers le comportement entrepreneurial suivant le modèle unificateur de Krueger et Carsrud (1993 :323)

2. De profondes différences dans la représentation et dans la faisabilité perçue de l'événement entrepreneurial

Hommes et femmes libanais semblent, en effet, ne pas attribuer la même signification au statut d'entrepreneur comme l'illustrent les résultats rapportés dans le tableau 2.

Être entrepreneur c'est :			
Genre	Prendre des risques	Être autonome	Réaliser ses rêves
Femmes	28	41	7
Hommes	32	17	15
Total	60	58	22

Tableau 2 : Lien entre le genre et la signification donnée au statut d'entrepreneur

La sensibilité des réponses au genre est confirmée par le test de Khi^2 (P-Value = 0.02) même si en appliquant le test de CRAMER (Cramer V = 0.295), on constate que la dépendance est modérée. En envisageant l'entrepreneuriat, les femmes seraient d'abord en quête d'autonomie tandis que les hommes associent l'aventure entrepreneuriale à la prise de risque. On retrouve les mêmes démarcations lorsqu'on interpelle les jeunes sur les avantages imputables à l'engagement en affaires (Tableau 3).

Quel est l'avantage essentiel de créer son entreprise ?			
Genre	Devenir son propre patron	Gagner de l'estime et un bon statut social	Choisir un domaine qui vous intéresse
Femmes	23	39	14
Hommes	37	18	9
Total	60	57	23

Tableau 3 : La perception des avantages de l'entrepreneuriat selon le genre

Ainsi, si globalement comme nous le mentionnions plus haut, l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes et des jeunes gens est comparable, les scores renvoient en fait à des représentations très différentes du phénomène. L'influence socioculturelle joue également lorsqu'on essaie d'interroger les uns et les autres sur la « normalité » et la faisabilité de l'entrepreneuriat féminin au Liban. Les réponses reflètent un certain doute (plus marquée chez les hommes) sur la possibilité qu'une femme puisse devenir entrepreneuse au Liban (Figure 2). Ce doute provient autant de facteurs culturels que de la faisabilité économique du projet comme le suggèrent les résultats relatifs aux discriminations perçues.

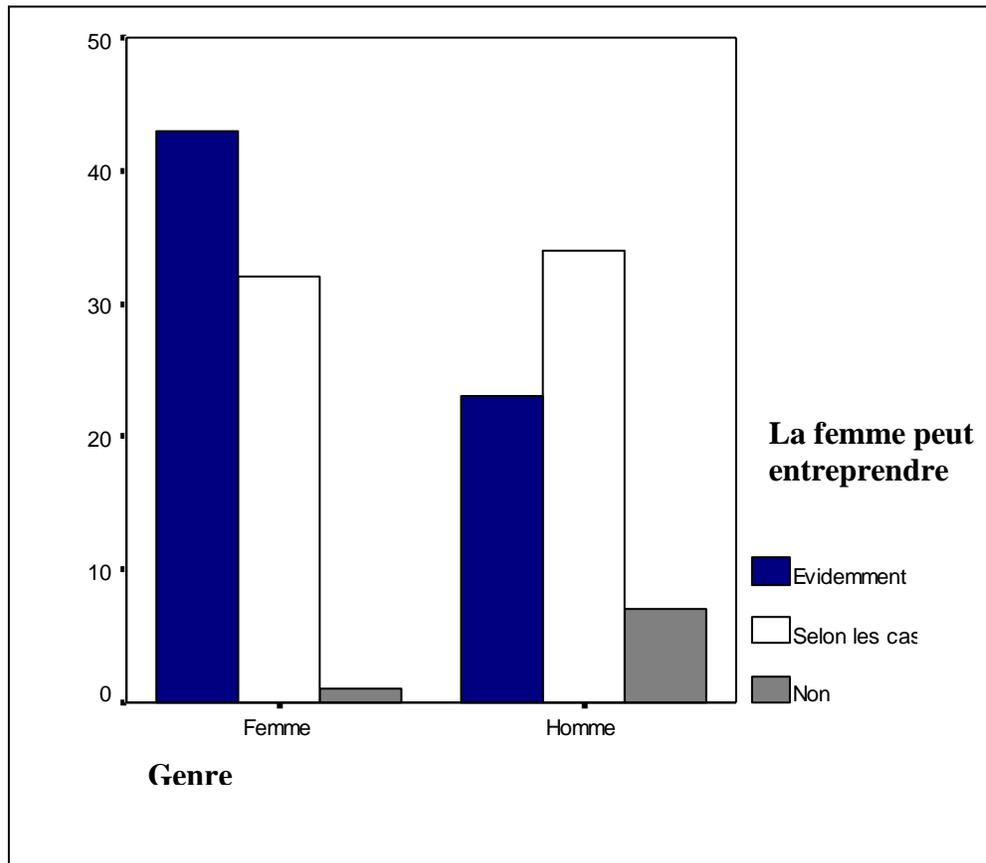


Figure 2 : La possibilité qu'une femme soit entrepreneuse au Liban.

La perception de discrimination sexuelle dans le monde du travail est affirmée par les femmes interrogées (Tableau 4) même si, comme le confirme le test du Khi-Deux (P-Value \approx 0 ; indice Cramer V de 0.463 ce qui prouve effectivement l'existence d'une relation significative entre le genre de la personne et sa perception de l'existence de discrimination sur le marché de travail), les hommes n'en n'ont pas la même conscience.

D'après vous, au Liban, les femmes souffrent-elles de discrimination professionnelle ?		
Genre	Oui	Non
Femmes	68	8
Hommes	30	34
Total	98	42

Tableau 4 : La discrimination contre les femmes sur le marché du travail

Les résultats concernant la perception de discriminations dans l'accès au crédit bancaire sont du même ordre (Tableau 5).

Les hommes obtiennent-ils des crédits plus facilement que les femmes ?		
Genre	Oui	Non
Femmes	45	31
Hommes	31	33
Total	76	64

Tableau 5 L'obtention de crédits par les femmes

Ces données suggèrent que malgré sa désirabilité, l'entrepreneuriat revêt pour les jeunes libanaises, une faisabilité faible. Pour elle, celle-ci proviendrait surtout des obstacles d'ordre socioculturels ou discriminatoires, ces éléments devançant largement l'évocation de la situation politique et sécuritaire du pays lorsqu'on leur demande ce qui risque de les dissuader de s'engager en affaires (Tableau 6). Pourtant, le soutien unanimement souligné des familles aux projets entrepreneuriaux (Tableau 7) et surtout repreneuriiaux (Tableau 8) pourrait rendre les femmes optimistes.

Quel est l'obstacle essentiel face à l'entrepreneuriat féminin au Liban ?			
	Situation Politique Instable	Situation Socioculturelle & Mentalité Libanaise	Situation Financière
Femmes	14	51	11

Tableau 6 : L'obstacle essentiel face à l'entrepreneuriat des femmes

En effet, seuls 23% des jeunes étudiants (33/140) pensent que leur famille dissuaderait une fille de s'engager en entrepreneuriat et 31% (44/140) qu'un père ne transmettrait pas son affaire à sa fille.

Comment réagissent les parents face à la désirabilité de leur fille d'entreprendre ?			
Genre	Ils l'encouragent	Ils lui laissent la liberté et le choix	Ils la découragent
Femme	29	29	18
Homme	22	27	15
Total	51	56	33

Tableau 7. La réaction familiale face à la désirabilité d'entreprendre des filles

D'après vous, un père libanais accepterait-t-il de transmettre son entreprise à sa fille ?		
Genre	Oui	Non
Femme	57	19
Homme	39	25
Total	96	44

Tableau 8. Reprise d'une entreprise familiale par la fille

Conclusions

L'enquête exploratoire rapportée dans ces lignes s'achève donc sur une note optimiste pour la promotion de l'équité entrepreneuriale entre hommes et femmes au Liban. Pourtant, nos résultats attestent qu'à désirabilité égale, la faisabilité entrepreneuriale perçue est moindre pour les femmes que pour les hommes, en raison notamment de la perception de discriminations et de la difficulté pour les femmes, d'accéder à des ressources financières. L'échantillon traité demeure toutefois limité et un élargissement de l'enquête sur de plus grands effectifs serait utile pour mieux asseoir les résultats et permettre le test d'un modèle d'équations structurelles reliant entre elles, les variables de faisabilité et les variables de désirabilité comme le font par exemple ALIOUAT et BEN-CHEIKH (2009).

Références

ALIOUAT B., BEN CHEIKH A. (2009), Les déterminants environnementaux de l'intention de créer une start-up en TIC: cas des ingénieurs tunisiens, Colloque de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sophia-Antipolis, octobre, CD-Rom.

BOISSIN J.-P., EMIN S., HERBERT J.-I. (2007), Les étudiants et la création d'entreprise ; une étude comparée France/Etats-Unis, *Communication au colloque de l'Association Internationale de Management Stratégique*, 13-15 juin, Montréal.

EMIN S. (2003), *L'intention de créer un entreprise des chercheurs publics : le cas français*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre-Mendes-France Grenoble II. Prix FNEGE de la meilleure thèse transversale en Sciences de Gestion.

EMIN, S. (2004), Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention. *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol.3, no1.

EROGUL M.S., Mc CROHAN D. (2008), Preliminary investigation of Emirati women entrepreneurs in the UAE, *African Journal of Business Management*, 2, (10),177-185.

HOFSTEDE G. (1994), *Vivre dans un monde multiculturel ; comprendre nos programmations mentales*, Editions d'Organisation, Paris.

KRUEGER, N. F. (2000), The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 5 – 23.

KRUEGER N. F., CARSRUD A.L. (1993), Entrepreneurial intentions, Applying the theory of planned behavior, *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330.

LEVY-TADJINE, T. (2004), *L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université du Sud Toulon-Var, octobre [consultable sur URL : <http://www.alexis.fr> et www.adreg.net].

LEVY-TADJINE T. (2008), Le Liban est-il un mauvais élève du point de vue de la relation Université-Entrepreneuriat, in C. Schmitt (ed), *Université et Entrepreneuriat : un panorama international*, Tome 2, Presses Universitaires de Nancy.

SHAPERO A., SOKOL L. (1982), The social dimensions of entrepreneurship, in KENT C. A., SEXTON D. L., VESPER K. H. (eds), *The encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 72-90.